

# BACHELORARBEIT



## Die klassische Sitcom in Deutschland

- Marktanalyse, Ursachenforschung und Zukunftsblick -

vorgelegt von:	Alexander Schuster
Matrikelnr:	26865
Erstprüfer:	Prof. Christof Amrhein
Zweitprüfer:	Diplom-Produzent Jan Kruse
Einreichung:	19.07.2013

## **Eigenständigkeitserklärung**

Hiermit bestätige ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Hilfsmittel benutzt habe. Die Stellen der Arbeit, die dem Wortlaut oder dem Sinn nach anderen Werken (dazu zählen auch Internetquellen) entnommen sind, wurden unter Angabe der Quelle kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Geseke, den 19.07.2013

---

Alexander Schuster

# Inhaltsverzeichnis

<b>1. Einleitung .....</b>	<b>1</b>
<b>2. Sitcoms in Deutschland.....</b>	<b>3</b>
2.1 Definition des Begriffs Sitcom.....	3
2.1.1 Die klassische Sitcom .....	4
2.1.2 Die moderne Sitcom .....	5
2.1.3 Hybridisierung der Sitcom .....	5
2.1.4 Moderne Definition einer Sitcom .....	6
2.2 Entwicklung des deutschen Sitcommarktes .....	7
2.2.1 Anfänge .....	7
2.2.2 Die privaten Sender .....	7
2.2.3 Die öffentlich rechtlichen Sender .....	9
2.3 Marktanalyse des deutschen TV-Marktes auf Sitcoms .....	9
2.4 Unterscheidung der TV Märkte in Bezug auf Sitcoms .....	13
2.4.1 England .....	14
2.4.2 USA .....	14
<b>3. Die Sitcom – Entstehung und Geschichte.....</b>	<b>17</b>
3.1 Die Entstehung einer Sitcom .....	17
3.2 Historie der Sitcoms .....	19
3.2.1 Die erste Sitcom .....	20
3.2.2 Die 60er Jahre .....	21
3.2.3 Die 70er Jahre .....	21
3.2.4 Die 80er Jahre .....	22
3.2.5 Die 90er Jahre .....	23
3.2.6 Das neue Jahrtausend .....	24
3.3 Unterschiede Deutschland - USA .....	24
<b>4. Wieso gibt es keine deutsche Sitcom.....</b>	<b>27</b>
4.1 Produktionsbedingungen in Deutschland .....	27
4.2 Vorteile von Lizenzeinkäufen .....	29
<b>5. Dramaturgie und Veränderung im Laufe der Zeit .....</b>	<b>31</b>
5.1 Anatomie einer Episode .....	31
5.1.1 Einführung .....	31
5.1.2 Der Anfang .....	32
5.1.3 Die Mitte .....	32
5.1.4 Das Ende .....	33
5.1.5 Plots und Charaktere .....	33

5.2 Die Veränderung der Sitcom .....	34
5.2.1 Vergleich des Settings und der Charaktere.....	34
5.2.2 Vergleich des Aufbaus der Episoden .....	35
5.2.3 Vergleich der Erzählweisen und der Komik.....	36
5.2.5 Fazit.....	38
5.3 Analyse einer aktuellen deutschen Produktion.....	38
<b>6. Blick in die Zukunft der Sitcom.....</b>	<b>41</b>
6.1 Wie verändert sich das Genre .....	41
6.1.1 Veränderung in Deutschland .....	41
6.1.2 Veränderung in den USA.....	42
6.2 Eine Sitcom für den deutschen TV-Markt.....	43
6.1.2 Die Struktur und das Konzept .....	43
6.1.3 Probleme und Vorteile einer deutschen Sitcom .....	44
6.1.4 Die wichtigsten Ansätze .....	44
<b>7. Schluss .....</b>	<b>46</b>
<b>8. Abkürzungsverzeichnis.....</b>	<b>48</b>
<b>9. Quellenverzeichnis .....</b>	<b>49</b>

# 1. Einleitung

Die Komödie ist eine der ältesten Formen des Dramas, die es auf der Welt gibt; sie ist bis heute aus unserem Leben nicht wegzudenken. Jeder Mensch braucht etwas zum Lachen oder auch manchmal zum Weinen. Diese tägliche Portion Gefühle holen wir uns heute aus dem Fernsehen. Sei es Spannung aus dem Tatort, Action aus dem Blockbuster oder eben ein Lachen aus einer Sitcom. Um Letzteres soll es in dieser Bachelorarbeit gehen: die Sitcom.

Ein Genre, das mir persönlich sehr am Herzen liegt und das ich auch schon seit über 10 Jahren gerne schaue, da die Sitcom auf lockere Art und Weise einen Humor transportiert, mit dem man sich identifizieren kann, ohne viel über die Handlung nachdenken zu müssen. Man schaltet ein und weiß, dass man die nächsten 20 Minuten unterhalten wird. Da es Sitcoms seit über 40 Jahren gibt, hat auch jeder von uns mindestens einmal in seinem Leben von einer gehört oder auch eine gesehen. Aufgewachsen bin ich mit Sitcoms wie „Ritas Welt“, „Die Camper“ aber auch „Friends“, „Alle unter einem Dach“ oder „Hör mal wer da Hämmert“. Was mich heutzutage etwas bestrübt, ist die Tatsache, dass es keine deutschen Sitcoms mehr gibt, obwohl die damaligen Formate sehr gut und unterhaltend waren und auch mit den amerikanischen Formaten mithalten konnten. Ein Anreiz für mich ist es daher zu verstehen, wie Sitcoms funktionieren und wie ihre Vergangenheit ist, um so herauszufinden, wieso heutzutage nur noch amerikanische Sitcoms im Fernsehen laufen. Mir persönlich gefallen amerikanische Sitcoms wie "How I met your mother" oder "Two and a half men" sehr gut, aber es sollte meiner Meinung nach doch möglich sein, ein so erfolgreiches und lukratives Format wie die Sitcom auch in Deutschland selbst zu produzieren. Humor haben wir Deutschen auf jeden Fall. Es gibt auch viele Comedysendungen im Fernsehen. Nur wenn es um deutsche Sitcoms geht, sieht es schlecht aus.

Liegt es also am Preis? Ist es billiger, eine Sitcom zu kaufen, als sie selbst zu produzieren? Haben wir andere Produktionsbedingungen oder können wir Deutschen einfach mit der aktuellen Qualität der amerikanischen Sitcoms nicht mithalten? Laufen denn überhaupt noch deutsche Sitcoms im Fernsehen und wie groß ist deren Anteil am aktuellen Programm? Wie sieht es in Amerika aus, dem Land, aus dem wir größtenteils importieren und dessen Sitcoms wir schauen? Das sind Fragen, auf die ich in dieser Bachelorarbeit eine Antwort zu finden versuche. Damit will ich auch Ihnen als Leser die

Sitcom selber näher bringen und so dazu beitragen, dass man Sitcoms besser versteht, wenn man sie sieht.

Aber diese Fragen sollen ebenso dazu dienen, zu verstehen, wieso so viel importiert wird und was man machen müsste, um auch in Deutschland selber Sitcoms zu entwickeln, die beim Publikum gut ankommen und gute Quoten erzielen.

Diese Bachelorarbeit ist so aufgebaut, dass sie auch für jemanden verständlich ist, der keine Verbindung zu Sitcoms hat. Sie informiert über die aktuelle Lage am deutschen TV-Markt und gewährt einen Blick auf die Zukunft des Genres.

Um alle aufgeführten Themen zu berücksichtigen, wird in dieser Bachelorarbeit zunächst ein Basiswissen über die Sitcom vermittelt, was sie ist, wo sie herkommt und welche Stellung sie momentan auf dem TV-Markt einnimmt. Basierend auf diesen Informationen wird die Entwicklung der Sitcom beschrieben. Die darauf folgende Analyse gibt Auskunft über die Dramaturgie und die marktwirtschaftlichen Eigenschaften von Sitcoms. Anhand der gewonnenen Informationen wird im Anschluss untersucht, wieso es kaum noch deutsche Sitcoms gibt und wie eine deutsche Sitcom aussehen müsste.

## 2. Sitcoms in Deutschland

Um sich einen Überblick über Sitcoms in Deutschland verschaffen zu können, muss zuerst die Lage auf dem TV-Markt untersucht werden. Daher wird nachfolgend beschrieben, welche Arten von Sitcoms es gibt. Dieser Überblick dient als Basis für die folgende Analyse und hilft, Ansätze zur Problemlösung zu finden.

### 2.1 Definition des Begriffs Sitcom

Wenn wir von Sitcoms sprechen, reden wir über ein TV-Genre, dessen Ursprung in Amerika liegt. Der Begriff Sitcom setzt sich aus den Wörtern Situation und Comedy zusammen und wurde erstmals 1954 so gebraucht. Eine Sitcom ist eine meist 20 bis 25 Minuten lange TV Serie, die wöchentlich ausgestrahlt wird. Nur in seltenen Fällen gibt es längere Specials, die dann bis zu 90 Minuten dauern<sup>1</sup>. Für eine Sitcom wird nicht wie bei anderen TV-Serien eine längere Pilotfolge gedreht, sondern die Serie steigt mit einer gewöhnlichen Episode ein.

Der Inhalt von Sitcoms variiert in vielen Fällen, wobei aber in jeder Folge nur kleine Allerweltsprobleme thematisiert werden, wie z.B die Organisation einer Feier und die damit verbundenen Probleme. Dadurch wird die Handlung einer Sitcom nie zu ernst und bietet eine gute Grundlage für Komik. Natürlich gibt es auch Ausnahmen, da man für einen dramaturgischen Bogen, den auch Sitcoms besitzen, Höhe-und Tiefpunkte setzen muss. Grundlegend kann man aber jeder Sitcom ein gewisses Setting zuordnen, in der sie spielt und welches immer wieder die Grundlage für neue Folgen bildet. So ist es zum Beispiel bei der „Bill Cosby Show“ das Familienumfeld einer schwarzen Familie in den USA oder bei „Friends“ das Zusammenleben einer Clique in den 20er bis 30er Jahren in New York. Das Setting und die Charaktere einer Sitcom sind daher so gewählt, dass sich jeder Zuschauer mit mindestens einer Person identifizieren kann.

Größtenteils geht es in einer Sitcom aber um das Zusammenleben verschiedener Menschen mit unterschiedlichen Ansichten über das Leben, die in jeder Folge mit einem

---

<sup>1</sup> Vgl. Holzer, Daniela: Die deutsche Sitcom, 1999 Deutschland, S. 14.

neuen Problem oder Problemen konfrontiert werden. Wenn wir in unserer Zeit von Sitcoms sprechen, müssen wir aber genau aufpassen, denn mittlerweile gibt es eine Genre-Hybridisierung. Heutzutage weisen viele Sendungen im Fernsehen, die Comedy-Inhalte haben, auch Erkennungsmerkmale von Sitcoms auf.

Sitcoms lassen sich in unterschiedliche Kategorien einteilen, die in den folgenden Kapiteln dargestellt werden.<sup>2</sup>.

### **2.1.1 Die klassische Sitcom**

Es besteht ein Unterschied zwischen klassischen und modernen Sitcoms. Klassische Sitcoms werden größtenteils komplett in Studios gedreht und behalten ihre 20-25 minütige Länge bei. Eine klassische Sitcom erkennt man weiterhin an ihrem Erscheinungsbild. Sie wird wie eine Art Theaterstück aufgeführt. Dabei bleibt die Kamera so gut wie immer auf einer Blickachse und erzeugt somit einen Bühneneffekt. Gedreht werden die klassischen Sitcoms größtenteils mit drei Kameras: eine fängt das Geschehen in einer Totalen ein und die anderen beiden filmen jeweils einen Protagonisten. Entwickelt wurde dieses Verfahren von Karl Freund<sup>3</sup>. Ein weiteres Merkmal einer klassischen Sitcom ist das Einspielen von Publikumlachern. Diese verstärken zusätzlich den Bühneneffekt, da durch die Lacher eine gewisse „Live Atmosphäre“ suggeriert wird. Des Weiteren helfen die Lacher dem Zuschauer: Sie sagen ihm, wann man lachen darf oder soll. Es kann sein, dass eine Sitcom manchmal ein sehr heikles Thema anspricht und der Zuschauer nicht genau weiß, ob er über gewisse Witze lachen darf oder nicht<sup>4</sup>. Durch die Einblendung von Lachern wird ihm diese Entscheidung abgenommen. So kann die Sitcom auch traurige Themen noch lustig gestalten. Da auch heute noch viele Sitcoms vor Publikum aufgenommen werden, sind die meisten eingespielten Lacher während des Drehens original aufgenommen worden<sup>5</sup>. Beispiele für klassische Sitcoms sind : „Seinfeld“, „Friends“, „The Big Bang Theory“ oder „How I met your mother“.

---

2 Vgl. Mills, Brett: The Sitcom, 2009 England, S.40-43.

3 Vgl. Mills, Brett: The Sitcom, 2009 England, S. 39.

4 Vgl. Mills, Brett: The Sitcom, 2009 England, S. 105.

5 Vgl. Mills, Brett: The Sitcom, 2009 England, S. 103.



## 2.1.2 Die moderne Sitcom

Da sich Sitcoms in gewisser Weise mit ihrem Inhalt selber Zwänge auferlegen, gab es in letzter Zeit eine Welle von neuartigen Comedyserien, die auch in den Sitcom-Bereich fallen. Modernere Sitcoms lösen sich von den Fesseln der klassischen Theatersicht, behandeln aber weiterhin nur einen bestimmten Inhalt, wie zum Beispiel in der Erfolgsserie „The office“ (BBC). Diese handelt vom Leben in einem Büro, das von einem unfähigen Boss geleitet wird. Die Serie spielt größtenteils in einem Büro. Sie wurde in Deutschland neu aufgelegt und heißt hier „Stromberg“ (ProSieben).

Eine andere sehr erfolgreiche moderne Sitcom ist „30 Rock“ (NBC). Sie handelt vom Leben und Arbeiten bei einem TV Sender. Diese Serie wurde erst kürzlich in gewisser Weise in Deutschland adaptiert durch die Serie „Lerchenberg“ (ZDF).

Diese modernen Sitcoms befassen sich ebenfalls mit Allerweltsproblemen, die im Setting der Serie auftreten können, aber sie haben dafür ihren ganz eigenen Look und Stil. Im Vergleich zu klassischen Sitcoms gibt es hier keine genau festgelegte Blickachse und keine feste Anzahl an Kameras, mit denen gedreht wird.

So werden moderne Sitcoms nicht nur in Studios gedreht, sondern auch an echten Sets, was sie meistens realer erscheinen lässt als klassische Sitcoms<sup>6</sup>. Auch die Lacher vom Band sind in modernen Sitcoms nicht vorhanden, da hier zwar die Komik im Vordergrund steht, aber kein Bühneneffekt erzeugt werden soll, zu dem die Lacher beitragen würden. Modernere Sitcoms lösen sich also von ihren visuellen Fesseln und können damit auch neue Wege im Bereich der Handlung gehen.

## 2.1.3 Hybridisierung der Sitcom

Desweiteren gibt es auch Programme im TV, die zwar einen Komedienaspekt haben, aber dafür keine geschlossene Handlung. So gibt es zum Beispiel im deutschen TV Sendungen, die immer im selben Umfeld spielen und genau wie Sitcoms meistens Allerweltsprobleme ansprechen, dafür aber keine großen Handlungsbögen erzählen<sup>7</sup>. Diese Sketch-Sendungen sind nur schwer einem gewissen Genre zuzuordnen, aber sie

---

6 Vgl. Brett, Mills: The Sitcom, 2009 England, S. 39.

7 Vgl. Brett, Mills: The Sitcom, 2009 England

enthalten Aspekte, die ein klares Merkmal einer Sitcom sind. Es gibt auch einige Comedyshows, die neben dem Showaspekt immer wieder kleine Beiträge mit wiederkehrenden Charakteren haben, die auch Merkmale einer klassischen oder modernen Sitcom zeigen. Beispiele hierfür sind „Sechserpack“, „Mensch Markus“, „Die Wochenshow“ und "Saturday Night Life".

## **2.1.4 Moderne Definition einer Sitcom**

Der Begriff „Sitcom“ ist heutzutage schwer zu definieren, da sich mit Beginn der 90er Jahre eine Hybridisierung vollzogen hat. Es werden immer wieder Teile von klassischen Sitcoms benutzt, um Humor zu erzeugen. Durch die Einführung neuer Techniken und neuer Settings wandeln sich die Sitcoms immer mehr. So läuft momentan ein bunter Mix aus klassischen und modernen Sitcoms und anderen Comedy Sendungen im deutschen Fernsehen. Aufgrund dessen ist es sehr schwer zu bestimmen, was nun eine Sitcom ist und was nicht.

Leichter fällt es da schon, die Serien einem gewissem Hintergrund zuzuordnen. Auch hier gibt es wieder Überschneidungen bei einzelnen Formaten, aber man kann den Stil und die Art der Komik festlegen. Es gibt somit Familien-Sitcoms wie „Eine schrecklich nette Familie“ oder „Türkisch für Anfänger“, Büro-Sitcoms wie „The Office“ oder „Das Amt“. Diese sind aber meist eher in die Sparte der moderneren Sitcoms einzuordnen. Außerdem gibt es WG-Sitcoms oder auch Ensemble-Sitcoms, wie „Friends“, „The Big Bang Theory“ oder „Berlin Berlin“, die keinen Hauptcharakter haben, sondern die Gemeinschaft in den Vordergrund stellen. Hier gibt es eine Hybridisierung der klassischen Sitcom zur modernen. Klassische Sitcoms sind größtenteils in den Bereichen der WG-Sitcoms oder Familiensitcoms zu finden, da dort auch ihre Wurzeln liegen.

Aufgrund dieser Vielfalt an unterschiedlichen Formaten ist also nur schwer festzulegen, was genau eine Sitcom heutzutage ist. Um trotzdem eine Zusammenfassung dieses doch sehr umfassenden Feldes Comedy zu haben, definiert Brett Mills die Sitcom als „ein TV Programm, welches den Humor in den Vordergrund stellt“<sup>8</sup>. Diese Definition ist zwar sehr oberflächlich, doch sie berücksichtigt alle vorher angesprochenen Hybridisierungen von Sitcoms.

---

8 Vgl. Mills, Brett: The Sitcom, 2009 England, S. 49.

## **2.2 Entwicklung des deutschen Sitcommarktes**

Im Folgenden wird genauer untersucht, wie sich der deutsche Sitcommarkt entwickelt hat. Da es in Deutschland vor der Gründung des Privatfernsehens keine Genrebildung gab, kann auch erst mit Entstehung des Privatfernsehens vom Beginn eines Sitcommarktes gesprochen werden.

### **2.2.1 Anfänge**

Die erste, damals noch nicht Sitcom genannte Sendung ist „Ein Herz und eine Seele“. Sie wurde nach amerikanischem Vorbild in den Jahren 1973 - 1974/1976 produziert und ist eine Kopie der britischen BBC-Sitcom „Till Death do us part“ aus den Jahren 1965-1975. „Ein Herz und eine Seele“ wurde von der ARD und anderen Regionalsendern ausgestrahlt und handelt von einer Familie, die im Ruhrgebiet lebt<sup>9</sup>. Die Serie erfreute sich großer Beliebtheit. Selbst heute wird die Silvesterepisode zu Silvester vom WDR noch regelmäßig ausgestrahlt.

### **2.2.2 Die privaten Sender**

Nachdem sich der Fernsehmarkt liberalisiert hatte, waren es vor allem die privaten Sender, die versuchten, Sitcoms unter amerikanischem Vorbild für das deutsche Fernsehen zu produzieren. Im Jahre 1993 startete auf RTL die Sitcom „Hilfe meine Familie spinnt“, eine Adaption der Sitcom „Eine schrecklich nette Familie“ des amerikanischen Senders Fox, die ebenfalls bei RTL lief. Man übernahm hier Drehbücher und Gags aus dem Original<sup>10</sup>. ProSieben produzierte eine Sitcom als ihre erste eigene Serienproduktion: „Die Viersteins“. Beide Formate konnten sich aber nicht durchsetzen und waren beim Publikum wenig beliebt. Das mag wohl auch damit zusammenhängen, dass neben den Adaptionen auch ihre Originale gesendet wurden und diese von der Qualität einfach viel

---

<sup>9</sup> Vgl. Holzer, Daniela: Die deutsche Sitcom, 1999 Deutschland, S. 79.

<sup>10</sup> Vgl. Holzer, Daniela: Die deutsche Sitcom, 1999 Deutschland, S. 110-111.

besser waren<sup>11</sup>. „Hilfe meine Familie spinnt" wurde nach schon 26 Episoden abgesetzt und „Die Viersteins" nach 32 Episoden.

Danach setzten die privaten Sender auf so genannte Comedyserien, die nicht vor Publikum gedreht wurden. Damit wollten sich die privaten Sender von den amerikanischen Sitcoms abgrenzen. Oft wurden die Rollen mit Komikern besetzt. Deren Comedycharaktere oder Rollen dienten als Vorlage für die später folgenden Sitcoms. Als Beispiel sendete RTL 1998 „Ritas Welt" mit Gaby Köster in der Hauptrolle und 2000 „Alles Atze" mit Atze Schröder in der Hauptrolle. Sat 1 sendete 1999 „Hausmeister Krause – Ordnung muss ein" und „Anke" mit Anke Engelke<sup>12</sup>. Diese Serien wurden aber nicht unbedingt nach dem klassischen Sitcomverfahren gedreht, sondern man drehte häufig mit nur einer Kamera und nicht immer in vorgebauten Sets.

Neben diesen moderneren Sitcoms sendete RTL Sitcoms, die auch auf bekannte Komiker setzen und die in verschiedenen Settings spielen. „Das Amt" (1996) mit Jochen Busse spielt zum Beispiel in einem Büro und „Nikola" (1996) handelt von einer Krankenschwester. Außerdem sendete RTL Ensemble-Sitcoms wie „Die Camper" (1996). Diese Sitcoms erfreuten sich eines guten Zuschaueranteils und konnten sich meistens mehrere Jahre halten<sup>13</sup>.

Im Jahr 2004 wagte sich ProSieben wieder an eine Adaption: „Stromberg" entstand unter dem Vorbild der BBC Produktion „The Office". Diesmal wurde aber nur das Grundsetting übernommen und die Serie mehr an deutsche Eigenarten angepasst. Dasselbe machte Sat 1 im Jahr 2005 mit „Pastewka", eine Serie, welche die amerikanische Serie „Curb your Enthusiasm" zum Vorbild hat. Diese Serien haben sich bis heute auf dem deutschen TV-Markt gehalten und sind Paradebeispiele dafür, wie man nach englischem oder amerikanischem Vorbild moderne Sitcoms in Deutschland etablieren kann. Natürlich sendeten die privaten Sender noch etliche weitere Comedysows. Hier sind nur die wichtigsten Entwicklungen deutscher Sitcoms bis heute beschrieben.

---

11 Vgl. Holzer, Daniela: Die deutsche Sitcom, 1999 Deutschland, S. 140

12 Vgl. Holzer, Daniela: Die deutsche Sitcom, 1999 Deutschland, S. 132-134 / S. 143-144.

13 Vgl. Holzer, Daniela: Die deutsche Sitcom, 1999 Deutschland, S. 132.

### **2.2.3 Die öffentlich rechtlichen Sender**

Das ZDF produzierte im Jahr 1993 die klassische Sitcom „Salto Postale“, welche lange bei den Zuschauern beliebt war und auch einen Nachfolger bekam, der ebenfalls vom ZDF produziert wurde: „Salto Kommunale“ (1997). Außerdem produzierte das ZDF „Lukas“ (1996) mit Dirk Bach und machte ihn so in Deutschland zu einem bekannten Komiker<sup>14</sup>. Im neuen Jahrtausend wollte die ARD ein jüngeres Publikum ansprechen und produzierte 2001 die modernere Ensemble-Sitcom „Berlin Berlin“, die von jungen Menschen handelt, die nach Berlin ziehen, und die zeigt, was sie in ihrer Zeit dort erleben. Gedreht wurde größtenteils direkt in Berlin und in realen Sets. Diese Arbeitsweise weicht größtenteils von der klassischen Drehweise ab, nur die Hauptsets wurden gebaut. 2006 sendete die ARD dann die äußerst erfolgreiche Familien-Sitcom „Türkisch für Anfänger“. Diese handelt von einer Familie, in der eine Deutsche einen Türken heiratet und beide Kinder mit in die Ehe bringen. Die Serie gehört international zu den erfolgreichsten in Deutschland. Sie wurde in rund 70 Länder verkauft<sup>15</sup>. In Schweden wird die Serie sogar für den Deutschunterricht benutzt<sup>16</sup>. Aktuell sendet das ZDF die moderne Sitcom „Lerchenberg“, eine Adaption der amerikanischen Serie „30 Rock“ (NBC). „Lerchenberg“ handelt ebenfalls wie „30 Rock“ von der Arbeit bei einem Fernsehseher. Auch hier werden die Regeln der klassischen Sitcom gebrochen, sodass es heute im öffentlich rechtlichen Fernsehen keine klassische Sitcom mehr gibt, obwohl im WDR mit „Ein Herz und eine Seele“ die erste deutsche Sitcom lief.

## **2.3 Marktanalyse des deutschen TV-Marktes auf Sitcoms**

Um sich einen Überblick über die momentane Lage der Sitcoms im deutschen TV zu verschaffen, kann man die Programme der öffentlich rechtlichen Sender ZDF und ARD, der zwei größten privaten Sender RTL und ProSieben / Sat 1 oder deren Tochtersender RTL 2, SuperRTL, Vox und Kabel 1 anschauen. Diese Marktanalyse soll vor allem einen groben Überblick über die Vielfalt der Sitcomarten (modern/klassisch) sowie deren

---

14 Vgl. Holzer, Daniela: Die deutsche Sitcom, 1999 Deutschland, S. 123 / S.126.

15 Vgl. <http://www.filmstarts.de/nachrichten/18454988.html> (07.07.2013).

16 Vgl. Ein Arbeitsblatt zur Serie ist den Anlagen beigelegt.

Herkunft und Erfolg vermitteln. Die Markanalyse bezieht sich auf den Monat Juni 2013.

Beim Blick auf die öffentlich rechtlichen Sender fällt schnell auf, dass sie das Genre „Sitcom“ in keinsten Weise in ihrem Angebot aufführen, obwohl sie damit schon einige Erfolge hatten. Es werden weder Wiederholungen von älteren Produktionen, noch neue Sitcoms gezeigt. Generell ist der Sektor Comedy bei den Öffentlich-rechtlichen im Moment nicht vorhanden bis auf Produktionen wie „Heiter bis tödlich“. Die letzte moderne Sitcom Produktion „Lerchenberg“ lief zuletzt am 12.04.2013 um 23:30 im ZDF<sup>17</sup>.

Bei den privaten Sendern verhält es sich anders. Der größte private Sender RTL sendet in seinem Hauptprogramm keine Sitcoms, verwertet aber an jedem Sonntagmorgen seine alten Eigenproduktionen wieder. „Alles Atze“, „Ritas Welt“, „Nikola“ und „Die Camper“ laufen dort von 7 Uhr bis 12:30 Uhr, die alten Sitcoms werden hier zur Füllung der Sendeplätze benutzt. Ansonsten setzt RTL mehr auf seine Unterhaltungsshow und Einkäufe von amerikanischen Drama-Serien sowie Filmen. Der Tochtersender RTL2 sendete noch vor Jahren an jedem Abend der Woche Sitcoms, darunter die Erfolgssitcom „King of Queens“. Heute verwertet RTL 2 nur noch zwei amerikanische klassische Sitcoms. Jeden Montag bis Donnerstag von 6:45 Uhr bis 8:15 Uhr sendet RTL 2 „Still Standing“ (CBS / 2002-2006) sowie „Hot in Cleveland“ (CBS / 2010), welche immer noch produziert wird. Ein weiterer Tochtersender, SuperRTL, eigentlich ein Sender, der sein Programm auf Kinder zugeschnitten hat, sendet nachts, nachdem die eigentlich relevante Zielgruppe sowieso kein TV mehr schaut, alte, sehr erfolgreiche klassische Sitcoms. Von dienstags bis freitags zeigt SuperRTL zwischen 22:20 Uhr und 0:25 Uhr jeweils „Friends“ (NBC / 1994-2004), „Immer wieder Jim“ (ABC / 2001-2009) und „Will und Grace“ (NBC / 1998-2006). Am Samstag und Sonntag sendet RTL nur „Will und Grace“ von 23:35 Uhr bis 0:25 Uhr. Diese Sitcoms sind mit dem Sendeplatz aber Programmfüller.

Der Sender Sat 1 sendet nur von Freitag bis Sonntag sein eigenes Comedy Programm. Die einzige Sitcom, die hier läuft, ist „Pastewka“, eine moderne Sitcom, die nicht mehr zu den klassischen zählt (jeden Freitag von 23:20 Uhr bis 23:45 Uhr). Ansonsten füllt der Sender sein Nachtprogramm sowie den frühen Morgen mit alten Sketchshows: „Die dreisten Drei“ oder „Sechserpack“ werden jeweils am Sonntagmorgen nach „Pastewka“ gesendet. Auch hier gibt es keine große Tendenz zur Sitcom im Sendeprogramm.

Bei ProSieben hingegen ist das anders. ProSieben sendet größtenteils Sitcoms, fast 70% seines Angebotes besteht aus klassischen sowie modernen Sitcoms. Darunter befindet sich

---

<sup>17</sup> Vgl. <http://lerchenberg.zdf.de/> (07.07.2013).

eine Vielfalt aus alten und neueren Sitcoms aus Amerika. Das Sitcomprogramm von ProSieben besteht fast nur aus Lizenzeinkäufen. Um die Programmstruktur besser darzustellen, wurde ein Diagramm erstellt, das das Programm der vierten Juniwoche abbildet. Da die Namen einiger Sitcoms recht lang sind, wurden in dem Diagramm Abkürzungen hierfür verwendet. Aus „How I met your mother“ ist „himym“ geworden, aus „The Big Bang Theory“ wurde „tBBT“ und aus „Two and a Half Men“ wurde „TaHM“. Durch die farbliche Kennzeichnung sollen vor allem die Serienblöcke und ihre Wiederholungsrate deutlich werden.

Uhrzeit/Tag	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag
6:00 – 7:45		Malcom	Malcom	Malcom	Malcom	Malcom	Malcom/Scrubs
7:45 – 8:40		Scrubs	Scrubs	Scrubs	Scrubs	Scrubs	TaHM
8:40 – 9:35		TaHM	TaHM	TaHM	TaHM	TaHM	tBBT
9:35 – 10:55		tBBT	tBBT	tBBT	tBBT	tBBT	himym
10:25 – 11:45						himym	
12:15 – 13:15	Scrubs	Scrubs	Scrubs	Scrubs	Scrubs		
13:15 – 14:10	TaHM	TaHM	TaHM	TaHM	TaHM	Malcom	
14:10 – 15:35	tBBT	tBBT	tBBT	tBBT	tBBT	Scrubs	
15:35 – 17:00	himym	himym	himym	himym	himym	TaHM	
20:15 – 21:15		TaHM	himym			tBBT	
21:15 – 22:15	tBBT	2 Broke Girls	New Girl			himym	
22:15 – 23:15	Wilfred	Mike and Molly	Suburgatory				
23:15 – 0:15	tBBT	TaHM	himym				
0:15 – 1:15	Wilfred	2 Broke Girls	New Girl				
1:15 – 2:15		Mike and Molly	Suburgatory				
3:30 – 4:25		Wnpwpg	Wnpwpg				

Anders als die anderen Sender setzt ProSieben auch in seiner Primetime auf Sitcoms. ProSieben labelt bestimmte Wochentage, so wird aus dem Montag und Dienstag der „Comedy-Montag“ und der „Comedy-Dienstag“ sowie aus dem Mittwoch der „Serienmittwoch“. An diesen gelabelten Tagen sendet ProSieben die Erstaussstrahlung von neuen Folgen seiner Lizeneinkäufe. Wie das Diagramm verdeutlicht, verwertet ProSieben seine Sitcoms dann auch im Vormittags- und Nachmittagsprogramm. Besonders von den klassischen Sitcoms „How I met your mother“ (CBS / 2005-) und „Two and a Half Men“(CBS / 2003-) werden pro Woche 26 bzw. 28 Episoden gesendet. ProSieben sendet nur eine deutsche moderne Sitcom: „Was nicht passt wird passend gemacht“. Diese füllt allerdings nur das Nachtprogramm des Senders.

Der Tochttersender Vox sendet keine Sitcoms und Kabel1 füllt sein Morgenprogramm auch nur mit zwei sehr alten, aber auch sehr erfolgreichen klassischen Sitcoms; „Eine schrecklich nette Familie“ (Fox / 1987-1997) und „The Bill Cosby Show“ (NBC / 1969-1971).

Hieraus wird ersichtlich, dass ProSieben der einzige Sender ist, der wirklich versucht, sein Programm auf Sitcoms auszurichten. Damit hat er auch Erfolg, denn mit seinen Sitcoms landet ProSieben mit seinem Montagsprogramm in der werberelevanten Zuschauergruppe bei ~ 15 % (1,7 Mio Zuschauer)<sup>18</sup>, was eine Top 5 Platzierung ist. Der Dienstag ähnelt dem Montag sehr, dennoch verläuft er etwas schlechter mit ~ 14 % (1,5 Millionen Zuschauer) in der werberelevanten Zuschauergruppe<sup>19</sup>. Am Mittwoch kann „How I met your mother“ das beste Primetime Ergebnis erzielen. Hier haben 15,1% der werberelevanten Zielgruppe eingeschaltet (1,84 Mio Zuschauer)<sup>20</sup>. Da ProSieben donnerstags und freitags keine Sitcoms in der Primetime sendet, fällt der Sender hier aus der Konkurrenz heraus. Trotzdem hält ProSieben sich durch sein Sitcom Angebot in der Primetime dauerhaft unter den Top 5 der Quoten.

Man kann somit sagen, dass Sitcoms für den deutschen TV-Markt kaum von Bedeutung sind. Nur ProSieben hat gute Erfolge mit Lizenzeinkäufen und legt sein Program auf Sitcoms aus. ProSieben ist damit der einzige Sender, der sich sehr am amerikanischen TV orientiert, aber mehr dazu im Vergleich der Märkte im nächsten Kapitel. RTL und Sat1 benutzen größtenteils ihre alten Produktionen als Füller für leere Sendeplätze. Das Mittags- und Nachmittagsprogramm dieser Sender wird durch billig produzierte Formate

---

18 Vgl. <http://www.quotenmeter.de/n/64548/primetime-check-montag-24-juni-2013> (24.06.2013).

19 Vgl. <http://www.quotenmeter.de/n/64579/primetime-check-dienstag-25-juni-2013> (25.06.2013).

20 Vgl. <http://www.quotenmeter.de/n/64601/primetime-check-mittwoch-26-juni-2013> (26.07.2013).



wie „Mitten im Leben“ bestimmt. Nur „Pastweka“ ist momentan die einzige etwas aktuellere deutsche Produktion, die im deutschen TV läuft. Erfolg hatte „Pastewka“ vor allem durch die ersten Staffeln, die mit 17 % (3,33 Mio. Zuschauer) in der werberelevanten Zielgruppe viel erreichte. Heute sendet Sat 1 nur Wiederholungen, eine neue Staffel wird aber bereits gedreht.

Aus diesen Beobachtungen lässt sich folgern, dass die Lizenzeinkäufe den Markt dominieren und auch die Tendenz immer mehr in diese Richtung geht. Der Erfolg gibt ProSieben schließlich recht. Dass aber auf dieser Welle des Erfolgs noch kein Sender seine eigene Sitcom produziert hat, ist etwas verwunderlich<sup>21</sup>.

## ***2.4 Unterscheidung der TV Märkte in Bezug auf Sitcoms***

Wie das Kapitel 1.2 zeigt, ist die momentane Situation in Bezug auf das Senden von Sitcoms im deutschen TV eher beschränkt. Bis auf den Sender ProSieben, der aber sein Alltagsprogramm gänzlich auf Sitcoms ausgerichtet hat, gibt es keinen Sender, der momentan versucht, sein Program mit Sitcoms zu gestalten. Sie werden lediglich als Sendeplatzfüller für die Nacht oder den frühen Morgen benutzt.

Um den deutschen mit dem internationalen TV Markt vergleichen zu können, wird nun der TV-Markt in England und den USA genauer untersucht. Auch hier habe ich mich auf die vierte Juniwoche bezogen, wobei das Tagesprogramm und größtenteils das Abendprogramm für den ganzen Juni zu sehen ist. In den USA habe ich mir die größten Networks angeschaut, die kommerziellen Sender (FOX, ABC, NBC und CBS) und den öffentlichen, nicht kommerziellen Sender PBS. In England habe ich mich auf die vier größten Sender BBC 1 – 4 konzentriert.

---

21 Alle Sendedaten entnommen aus der TV Digital, Ausgabe 11/12/13, 2013 Deutschland.

## 2.4.1 England

Eigentlich sollte man meinen, dass in England vor allem von der BBC, die auch einige große Sitcoms entwickelt und in die Welt verkauft hat, auch solche gesendet werden sollten. Das ist aber nicht der Fall. Nur auf BBC 1 wird jeden Freitag von 21 bis 21:30 Uhr die klassische Sitcom „Miranda“ gesendet, ansonsten gibt es keine Sitcom auf den Sendern von BBC (1-4). Die Programstruktur ähnelt der von RTL. Da bis zum jetzigen Zeitpunkt meiner Arbeit in London das Tennisturnier Wimbledon stattfindet, hat die BBC ihr Programm darauf zugeschnitten. Daher kann ich momentan nicht genau einschätzen, was im Nachmittagsprogramm der BBC läuft. Vor dem Tennisturnier war die Sitcom „Back to the Land“ die einzige, die auf BBC 1 regelmäßig ausgestrahlt wurde<sup>22</sup>.

## 2.4.2 USA

Das US amerikanische Fernsehen unterscheidet sich vom deutschen in vieler Hinsicht. Im amerikanischen TV laufen nur Eigenproduktionen, ganz selten werden hier Serien oder Filme eingekauft. In den meisten Fällen werden sie adaptiert und dann mit amerikanischen TV Stars gesendet. Die amerikanischen Sender oder auch Channels haben außerdem Platz für ihr Regionalprogramm, sie senden nur morgens und abends ein nationalweit gleiches Programm. Daher habe ich mich auch nur auf dieses Nationalprogramm konzentriert.

Beim Blick auf die kommerziellen Networks in Amerika fällt auf, dass hier die Sitcom viel weiter verbreitet ist. Fast jedes Network sendet mindestens einen Sitcom Block pro Woche. ABC zum Beispiel sendet jeden Mittwoch einen Sitcom Block, sehr ähnlich zum „Serienmittwoch“ von ProSieben. Von 20 Uhr bis 22:30 Uhr sendet ABC drei verschiedene Sitcoms: „The Middle“ (ABC / 2009- ), „Modern Family“ (ABC / - 2009), „How to live with your parents“ (ABC / 2013). Diese Sitcoms sind alle aktuell und werden außer „How to live with your parents“ noch produziert<sup>23</sup>. Verkauft haben sich diese Sitcoms auch nach Deutschland, wobei sie hier aber nur auf Spartensendern laufen wie „Modern Family“ auf RTL Nitro. Sonst sendet ABC eher Dramaserien oder Entertainmentformate.

---

<sup>22</sup> Vgl. <http://www.bbc.co.uk/tv/guide> (24.06.2013).

<sup>23</sup> Vgl. <http://abc.go.com/schedule>, (24.06.2013).

NBC hat ein ähnliches Sendeprogramm wie ABC. Am Donnerstag laufen „Parks and recreation“ (NBC / 2009 -) und „The Office“ (NBC / 2005-2013). Das sind die einzigen Sitcoms, die von NBC im nationalen TV gesendet werden<sup>24</sup>. NBC hat auch hier wie ABC ein Augenmerk auf Entertainmentformate. Dafür sendet NBC aber auch nun schon seit mehr als 35 Jahren jeden Samstag „Saturday Night live“.

CBS, eines der ältesten Networks in den USA, sendet genau wie ABC und NBC am Montag ebenfalls Sitcoms zur Primetime. „How I met your mother“ (CBS / - ) und „Two broke girls“ (CBS / - ) sind Sitcoms, die ebenfalls in Deutschland von ProSieben gezeigt werden. Desweiteren Sendet CBS auch am Donnerstag „The Big Bang Theory“ (CBS / 2007-) und „Two and a half men“ (CBS / - ). Auch dies sind Serien, die ProSieben im Angebot hat. CBS sendet immer die neuesten Folgen der Sitcoms<sup>25</sup>.

Der letzte große kommerzielle Sender ist Fox. Sein Programm ähnelt dem von ProSieben sehr. Fox sendet den ganzen Montagabend während der Primetime bis in die Nacht verschiedene Sitcoms, die er von anderen Sendern kauft. Es werden also meistens nur Wiederholungen gesendet. In der folgenden Tabelle sind die Sendezeiten der Sitcoms, die Fox zeigt, dargestellt.

Uhrzeit/Tag	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag
19:30 – 20:00	tBBT	tBBT	tBBT	tBBT	tBBT		
20:00 – 20:30	Raising Hope						
20:30 – 21:00	TGG						
21:00 – 21:30	New Girl						
21:30 – 22:00	AM						
23:00 – 23:30	tBBT	tBBT	tBBT	tBBT	tBBT		
23:30 – 0:30	30 Rock	30 Rock	30 Rock	30 Rock	30 Rock		
0:30 – 1:30	the office	the office	the office	the office	the office		
0:00 – 0:30						TGG	

<sup>24</sup> Vgl. <http://www.nbc.com/schedule/>, (25.06.2013).

<sup>25</sup> Vgl. <http://www.cbs.com/schedule/>, (24.06.2013).

Fox ummantelt mit Sitcoms die Werbeplätze um seine Primetime. Zur Primetime selbst senden sie nämlich Entertainment- Shows.

Der neueste kommerzielle Sender aus den USA, The CW, sendet genau wie der öffentliche Sender PBS selber keine Sitcoms. PBS ist in Amerika auch eher auf Informationen ausgelegt und sendet viele Dokumentationen sowie Formate, die einen wissenschaftlichen Hintergrund haben.

Beim Vergleich der Märkte wird deutlich, dass in den USA viel mehr Sitcoms gesendet werden als in Deutschland oder gar in England. Da die USA aber generell viel mehr Serien im Angebot haben und eher seltener Filme senden, passt die Sitcom natürlich gut in die Sehgewohnheiten der Amerikaner. Auch der Bereich Comedy ist in Amerika momentan viel weiter verbreitet als in Deutschland. In Deutschland werden eher Polittalks, Dramaserien oder Magazine gesendet. Natürlich mag auch für Amerika sprechen, dass sie ihre Qualität in der Welt soweit etabliert haben, dass sie Serien und Sitcoms selber am Fließband produzieren. Mindestens einmal im Monat startet auf irgendeinem großen Network eine Pilotepisode einer Sitcom oder einer Serie. Da sich das Angebot der Networks in Amerika vor allem am Nachmittag lokal unterscheidet, ist es schwer zu sagen, ob auch Sitcoms zu diesen Zeiten gesendet werden. Im nationalem TV beherrscht die Sitcom auf jeden Fall neben Dramaserien das Fernsehen in Amerika.

Dies ist in Deutschland nicht der Fall. Auf die möglichen Ursachen hierfür wird in den folgenden Kapiteln näher eingegangen.

### 3. Die Sitcom – Entstehung und Geschichte

Im vorigen Kapitel wurden die TV-Märkte und ihre Unterschiede beschrieben. Dieses Kapitel beschäftigt sich mit der Entwicklung und Geschichte der Sitcom. Hier sollen auch die kulturellen Unterschiede verdeutlicht werden, die uns vom Geburtsland der Sitcom unterscheiden.

#### 3.1 Die Entstehung einer Sitcom

Bevor eine Sitcom im TV erscheint, muss eine Menge passieren. Dieser Abschnitt befasst sich mit den Abläufen, die eine Sitcom durchlaufen muss, bis sie im Fernsehen auch endgültig gesendet wird. Diese Abläufe unterscheiden sich kaum von denen einer normalen Fernsehserie, außer dass eine neue Dramaserie meistens mit einer Pilotfolge beginnt, während bei einer Sitcom auf eine Pilotfolge verzichtet wird.

Am Anfang jeder Serie oder Sitcom steht erstmal eine grundlegende Idee, die das Umfeld, die Charaktere, das Setting und den Ton der Serie vorgibt<sup>26</sup>. Aus dieser Idee entwickelt man meistens ein Konzept, in dem die einzelnen Punkte einer Serie beschrieben werden: die Charaktere, die Sets, mögliche Handlungsstränge und Treatments für die ersten Episoden.

Die Entwickler dieses Konzepts, das oft mehrere Seiten lang ist, sind auch die Entwickler der Serie und werden im Ab- oder Vorspann so aufgeführt. Nach Erstellung dieses Konzepts gilt es, die erste große Hürde zu nehmen: man muss es verkaufen können. Hierfür kommt das Konzept nun zu einem Sender. Hierbei muss man sich vor Augen führen, dass die Sender ja nicht nur ein Konzept pro Jahr zugeschickt bekommen, sondern meistens das Hundertfache<sup>27</sup>. Chancen haben meist nur die Entwickler mit Kontakten in der Branche oder diejenigen, die bei einer Produktionsfirma angestellt sind, was häufig der Fall ist. Dieses Konzept wird nun von den Redakteuren für den Bereich - hier Sitcom - darauf geprüft, ob es in die Programmstruktur passt und Erfolg verspricht. Danach werden eine Handvoll Konzepte ausgewählt, die dann nochmals von ihren Entwicklern vor dem Programmchef und Redakteur präsentiert werden.

---

26 Vgl. Douglas, Pamela: TV Serien – Schreiben fürs Fernsehen, 2007 Amerika, S. 45.

27 Vgl. Douglas, Pamela: TV Serien – Schreiben fürs Fernsehen, 2007 Amerika, S. 60.

Im Pitch versuchen die Entwickler nun, den Programmchef endgültig von der Stärke der Serie zu überzeugen. Falls dies gelingt, wird sie in Auftrag gegeben. Eine normale Sitcomstaffel hat 24 Episoden, wobei bei einer neuen Sitcom wahrscheinlich erst einmal beobachtet wird, wie sie sich am Markt verhält, bevor neue Episoden in Auftrag gegeben werden. Wird die Serie bestellt, kommt Arbeit auf die Entwickler zu. Sie müssen, falls sie nicht bei einer Produktionsfirma angestellt sind, eine finden, die ihre Serie mit ihnen produziert oder gegebenenfalls selber eine Firma gründen und dann selber produzieren. In Deutschland ist es größtenteils der Fall, dass Produktionsfirmen ihren eigenen Developmentbereich haben. In Amerika ist das etwas anders, dort verkauft man die Serienidee an eine Produktionsfirma, die dann mit einem Sender in Verbindung tritt<sup>28</sup>.

Nach der Auftragsbestätigung für die Serie beginnen die Entwickler mit dem Schreiben der Episoden. Gleichzeitig sucht die Produktion schon passende Schauspieler und schreibt Agenturen an. Es werden Sets gebaut und gesucht, je nachdem, wie es das Serienkonzept vorsieht. Dabei passieren viele Dinge gleichzeitig, die von den Produzenten und Entwicklern, die meist eine Producerstelle der Serie einnehmen, beaufsichtigt werden müssen. Besonders das Casting ist für eine Serie sehr wichtig, denn die Charaktere tragen eine Serie. Diese Vorproduktion dauert meistens mehrere Monate, deswegen spricht man auch von einem Serienzyklus. Dieser teilt die Arbeit bei einer Serie in verschiedene Bereiche ein: Vorproduktion / Produktion / Postproduktion / Sendung<sup>29</sup>. Mit der Entwicklung der ersten Episode / Pilotfolge muss auch eine Storyline für die gesamte Staffel entwickelt werden, die Grundlage der Drehbücher für weitere Episoden ist. Nachdem das Pilotdrehbuch geschrieben wurde, kommt dieses zu dem Redakteur, der für die Sitcom verantwortlich ist. Hier werden dann noch verschiedene Änderungen vorgenommen, falls sie nicht dem „Geschmack“ des Redakteurs / Senders entsprechen. Da ja Episoden der Sitcom bestellt wurden, entwickeln die Schreiber nun unter Vorlage der Storylines Drehbücher zu den Episoden. In Deutschland gibt es bei Sitcoms meistens feste Autoren, die sich abwechseln. Dies gewährleistet zwar, dass der Stil gleich bleibt<sup>30</sup>, es kann die Serie aber nach einiger Zeit auch langweilig wirken lassen, weil sie nicht so wandelbar wird. In Amerika gibt es ein anderes System, um Episoden zu entwickeln, dazu aber mehr im nächsten Kapitel. In Deutschland fertigen die Autoren also neben der Produktion einer Folge das Drehbuch für die nächste Episode an. Daher verschmelzen die

---

28 Vgl. Douglas, Pamela: TV Serien – Schreiben fürs Fernsehen, S. 58.

29 Vgl. Douglas, Pamela: TV Serien – Schreiben fürs Fernsehen, S. 41-43.

30 Vgl. Douglas, Pamela: TV-Serien – Schreiben fürs Fernsehen. S. 203

Vorproduktion und Produktion meistens miteinander. Sobald die Pilotfolge abgedreht ist, wird diese in der Postproduktion (im Schnitt) fertiggestellt. Die fertige Episode geht dann zum Sender, wo diese vom Redakteur abgenommen wird. Dieser kann dann wiederum Änderungen in Auftrag geben, die eingearbeitet werden müssen. Parallel hierzu werden schon wieder neue Episoden gedreht und geschrieben. Ist die fertige Episode dann abgenommen, wird sie gesendet. Es vergeht meist ein halbes Jahr von der Vorproduktion einer Episode bis zur Ausstrahlung. In den ersten Monaten eines Jahres wird meistens entwickelt, zu Beginn des Frühlings werden die Serien geschrieben und im Sommer wird produziert, sodass die Serien meistens am Ende des Sommers ausgestrahlt werden. Der Sendetermin wird aber letztendlich vom Sender festgelegt.

Es ist also ein langer Weg, bis eine Sitcom oder Serie im Fernsehen läuft. Und selbst dann ist ihr Überleben noch lange nicht gesichert. Wenn die Quoten sich gut entwickeln, wird die Staffel um 24 Folgen verlängert. Die Produktion einer Staffel mit 24 Folgen dauert von der Vorproduktion bis zur Sendung fast ein ganzes Jahr. Bei einer normalen 45-minütigen TV-Serie sind es 12 Episoden pro Staffel. Die Anzahl der Episoden ist keinesfalls festgelegt, diese Vorgaben sind nur der gewöhnliche Durchschnitt.

### ***3.2 Historie der Sitcoms***

Bis jetzt wurde untersucht, welche deutschen Sitcoms die erfolgreichsten waren. Da Sitcoms aber aus Amerika stammen, ist es natürlich auch interessant, welche Vergangenheit das Genre in seinem Heimatland hat. Daher werden in diesem Kapitel die Vergangenheit der erfolgreichsten und einflussreichsten Sitcoms betrachtet sowie die Gründe für ihren Erfolg genannt.

### 3.2.1 Die erste Sitcom

Sitcoms gibt es in Amerika schon seit Beginn des Radios, wo kleinere Comedy Shows produziert wurden. Als das Fernsehen Ende der 50er Jahre das Radio als Massenmedium Nummer eins ablöste, versuchte man, diese erfolgreichen Radio Comedy Shows auf das Fernsehen zu übertragen<sup>31</sup>.

CBS sendete damals „I love Lucy“, sie gilt bis heute als erfolgreichste Fernsesendung aller Zeiten, es war die erste große Sitcom. Während ihrer Laufzeit von sechs Jahren war sie immer unter den ersten drei Quotenplätzen<sup>32</sup>. Noch heute werden auf amerikanischen Sendern Wiederholungen gezeigt. Es ist weiterhin bemerkenswert, dass diese Sitcom die Produktionsweise des Fernsehens maßgeblich verändert hat. Damals produzierte man nämlich ausschließlich live. „I love Lucy“ hingegen wurde nicht in den New Yorker Senderstudios produziert, sondern in Los Angeles. „I love Lucy“ wurde vor Publikum aufgezeichnet, was damals eine komplett neue Arbeitsweise war, die das Fernsehen revolutionierte. Nun produzierte man Inhalte auch an anderen Orten vor und schickte die Sendebänder zum Sender, was vor „I love Lucy“ nicht gemacht wurde.

Inhaltlich traf „I love Lucy“ auch den Nerv der Zeit. Die Sitcom handelt von einem Ehepaar, in dem die Frau sehr dominant ist und oft versucht, ihren eigenen Willen durchzusetzen. Der Ehemann schafft es aber immer wieder, sie umzustimmen. Das Frauenbild der 50er und 60er Jahre in den USA war ein ganz anderes als heute und die Sitcom hatte vermutlich gerade deswegen einen Erfolg, weil Lucy für die Frauen ein gewisses Vorbild war. Für die Männer war die Sitcom angenehm, weil es der Mann am Ende jeder Folge schafft, seine Gattin umzustimmen. Natürlich gab es zu der Zeit noch andere Sitcoms, aber keine war so erfolgreich und hatte einen solch großen Einfluss wie „I love Lucy“<sup>33</sup>.

---

31 Vgl. Holzer, Daniela: Die deutsche Sitcom, 1999 Deutschland, S.44.

32 Vgl. Holzer, Daniela: Die deutsche Sitcom, 1999 Deutschland, S. 44.

33 Vgl. Holzer, Daniela: Die deutsche Sitcom, 1999 Deutschland, S. 45–46.



### 3.2.2 Die 60er Jahre

In den 60er Jahren hatten dann vor allem Sitcoms mit einem Fantasyeinfluss großen Erfolg. „Bewitched“ und „Dream of Jeannie“ waren auch in Deutschland sehr beliebt und unter den Namen „Verliebt in eine Hexe“ und „Die bezaubernde Jeanine“ bekannt. Durch ihre Weltfremdheit lenkten diese Sitcoms von der angespannten Situation zwischen den West und Ost Streitkräften des „Kalten Krieges“ ab<sup>34</sup>. Weitere Fantasy-Sitcoms sind „Munters“ und „The Adams Family“, insbesondere letztere war sehr erfolgreich mit ihren Kino Spin Offs<sup>35</sup>. In den 60ern hatte auch die erste Zeichentrickserie ihren großen Erfolg, „Die Flintstones“ waren bei Jung und Alt beliebt. Zu dieser Zeit waren auch die sogenannten Domcoms sehr erfolgreich. Dies sind Sitcoms, die größtenteils vom Familienleben handeln und deren Hauptset das Wohnzimmer der Familie ist. Auch hier gibt es einige, die in 60er Jahren sehr erfolgreich waren. Dazu gehörten damals „Leave it to beaver“ und „The Dyck Van Dyke Show“, wobei Letztere sich auch auf den Arbeitsplatz der Hauptperson als Set ausweitete<sup>36</sup>. Auch heute sind Familiensitcoms noch sehr beliebt.

### 3.2.3 Die 70er Jahre

Zu dieser Zeit hatten auch die Briten mit der Produktion von Sitcoms begonnen und einige sehr erfolgreiche Sitcoms produziert. Hierzu gehörte „Steptoe and Son“, welche später auch in Amerika adaptiert wurde und dort „Sanford and Son“ hieß. Zu der Zeit produzierten die Briten auch eine andere Sitcom, die später als Vorlage für die erste deutsche Eigenproduktion diente<sup>37</sup>. „Till Death Us do Part“ hatte einen unglaublichen Erfolg und wurde in den 70ern auch in Amerika und Deutschland adaptiert. Hierzulande hieß die Serie „Ein Herz und eine Seele“ und wird selbst heute noch, vornehmlich zu Silvesterzeiten, gesendet. Hauptfigur dieser Sitcom ist „Ekel Alfred“, der mit seinen verrückten Einfällen und Unhöflichkeiten das Publikum amüsierte und noch heute in seinen Bann zieht. 1971 startete dann in Amerika „All in the Family“, die Adaption von „Till Death Us do Part“. „All in the Family“ wurde 12 Jahre produziert und war in den ersten fünf

---

34 Vgl. Holzer, Daniela: Die deutsche Sitcom, 1999 Deutschland, S. 47.

35 Vgl. Holzer, Daniela: Die deutsche Sitcom, 1999 Deutschland, S. 48.

36 Vgl. Holzer, Daniela: Die deutsche Sitcom, 1999 Deutschland, S. 49.

37 Vgl. Holzer, Daniela: Die deutsche Sitcom, 1999 Deutschland, S. 49.

Jahren unangefochten auf Platz eins der Quotencharts, es ist die erfolgreichste adaptierte Sitcom der Welt<sup>38</sup>.

Eine weitere sehr erfolgreiche Sitcom ist „M\*A\*S\*H“, die von Sanitätern im Koreakrieg handelt. Sie basiert auf der gleichnamigen Kinokomödie von Robert Altman. „M\*A\*S\*H“ ist außerdem eine der ersten Sendungen, die versucht hat, das heikle Thema Krieg mit Comedy zu verarbeiten, und das zu einer Zeit, als sich Amerika gerade am Ende des Vietnamkriegs befand. Die Sitcom brach alle Rekorde. Ihre letzte Episode dauerte zweieinhalb Stunden und ihre Zuschauerzahl muss nach Quoten bei rund 125 Mio. gelegen haben. Dies ist bis heute die höchste Zuschauerquote einer Fernsehserie<sup>39</sup>.

### 3.2.4 Die 80er Jahre

In den 80er Jahren begann die Vormachtstellung der Sitcoms in Amerika zu wanken, viele Sender zeigten Soap Operas und setzten ihre Schwerpunkte auf Sport, Nachrichten und Musik<sup>40</sup>. Dennoch gab es Sitcoms, die sich diesem Abwärtstrend entgegensetzten. Eine von ihnen war „The Bill Cosby Show“. Sie verkaufte sich auch in Deutschland extrem gut und war einer der ersten richtigen Exportschlager der amerikanischen Sitcombewegung. „The Bill Cosby Show“ lief acht Jahre und war in den ersten vier Jahren ihrer Ausstrahlung auf Platz eins der Quotencharts zu finden. Der Grund hierfür war, dass die Sitcom sowohl die schwarze als auch weiße Bevölkerung gleichermaßen ansprach<sup>41</sup>.

Weitere Sitcoms zu dieser Zeit waren „Cheers“, „Who is the Boss“ und „Golden Girls“, alle wurden auch nach Deutschland verkauft, wobei von ihnen „Golden Girls“ den größten Erfolg in Deutschland hatte. Nachdem E.T. ein Kassenschlager an den Kinos war, kam die Sitcom „Alf“ auf den Markt. Sie handelt von einem Alien, das auf der Erde notlandet und bei einer Familie, den Tanners, unterkommt<sup>42</sup>. Alf symbolisiert das Kind in jedem von uns, da er mit seiner leichtgläubigen und auch etwas naiven Art die Welt wahrnimmt und sie uns vor Augen führt. Die Sitcom war auf der ganzen Welt ein großer Erfolg und löste sogar eine kleine Merchandisewelle aus. Ende der 80er Jahre brachte der neue Sender Fox „Married...with Children“ auf den Markt; in Deutschland besser bekannt als „Eine

---

38 Vgl. Holzer, Daniela: Die deutsche Sitcom, 1999 Deutschland, S. 50-52.

39 Vgl. Holzer, Daniela: Die deutsche Sitcom, 1999 Deutschland, S. 53-54-

40 Vgl. Holzer, Daniela: Die deutsche Sitcom, 1999 Deutschland, S.57

41 Vgl. Holzer, Daniela: Die deutsche Sitcom, 1999 Deutschland, S.58

42 Vgl. Holzer, Daniela: Die deutsche Sitcom, 1999 Deutschland, S.59-60.

schrecklich nette Familie". Diese Sitcom spiegelt auf negative Weise den Familienalltag einer mittelständischen Familie in Amerika wider<sup>43</sup>. Dem Stil dieser Sitcom ähnelt „Rosseane". Sie handelt von einer Familie, die sich mit Alltagsproblemen und finanziellen Engpässen durchs Leben kämpfen muss<sup>44</sup>. Beide wurden nach Deutschland verkauft, liefen auch hier erfolgreich und werden zum Teil auch heute noch gesendet.

### 3.2.5 Die 90er Jahre

1990 kam dann „Seinfeld" auf den Markt, eine Sitcom, die bis heute als Vorbild für Sitcoms gilt. „Seinfeld" schaffte es, die Familie als Kern einer Sitcom abzulösen, und führte ein sogenanntes „Ensemble" ein. Hier stand die Freundschaft und Nachbarschaft im Vordergrund und es gab keinen richtigen Protagonisten. Die Sitcom entstand durch das Zusammensein der verschiedenen Charaktere, jede Folge befasst sich mit irgendeinem kleineren Problem, das jeder irgendwoher kennt<sup>45</sup>. „Seinfeld" konnte sich in Deutschland nicht gut verkaufen, in Amerika hingegen war es ein Renner. Als 1997 das Ende von „Seinfeld" verkündet wurde, löste dies eine Welle der Empörung aus. Im letzten Jahr 1996 / 1997 soll „Seinfeld" in Amerika ungefähr 500 Mio Dollar Umsatz generiert haben<sup>46</sup>.

Ein Exportschlager hingegen waren „Home Improvement" oder auch „Hör mal wer da Hämmert" sowie „Friends", wobei erstere wieder eine Familien-Sitcom und zweitere eine Ensemble-Sitcom unter dem Vorbild von „Seinfeld" war. Ende der 90er sorgte dann die Sitcom „Fresh Prince of Bel Air" für Wirbel im TV, sie verkaufte sich nach Deutschland und machte Will Smith zu einem internationalen Superstar. Die Serie wird als Paradebeispiel für den Humor der schwarzen Amerikaner gesehen und spielt kritisch auf ihre Stellung in der Gesellschaft an. Außerdem werden in der Sitcom Beziehungen zwischen gemischten Paaren gezeigt, was bis heute noch eine Seltenheit in Amerika ist<sup>47</sup>.

---

43 Vgl. Holzer, Daniela: Die deutsche Sitcom, 1999 Deutschland, S.60.

44 Vgl. Holzer, Daniela: Die deutsche Sitcom, 1999 Deutschland, S.62.

45 Vgl. Holzer, Daniela: Die deutsche Sitcom, 1999 Deutschland, S.65-66.

46 Vgl. Collins, James: Can Anybody Fill Seinfeld's Shoes, erschienen in Time, 12. Januar 1998, S. 82.

47 Vgl. Holzer, Daniela: Die deutsche Sitcom, 1999 Deutschland, S. 71.

### **3.2.6 Das neue Jahrtausend**

2003 startete die Sitcom „Two and a half men“. Sie war nicht nur in Amerika äußerst erfolgreich, sondern verkaufte sich in die ganze Welt und hat in Deutschland ebenfalls einen sehr großen Freundeskreis. Die Sitcom wird schon seit mehr als 10 Jahren produziert, ein Ende ist immer noch nicht in Sicht. Darauf folgte dann „How I met your mother“ und „Big Bang Theory“, die momentan noch in Amerika und im deutschen TV gesendet werden.

Neuere Sitcoms wie „Wilfred“, „Two Broke Girls“ oder „New Girl“ folgen dem Beispiel der 2000er Sitcoms. Diese Sitcoms sind neben ihren äußerst erfolgreichen Starts auch heute noch lukrativ. So wird auf dem Syndication-Markt (Zweitwärtung von weiteren Sendern auf dem US-Markt) immer noch mit alten Serien gehandelt. So wurde zum Beispiel beim Verkauf einer alten Episode der „Bill Cosby Show“ noch eine Million Dollar eingenommen. In Amerika sind Sitcoms eine Geldmaschine, da sie durch Werbung ein Vielfaches ihrer Produktionskosten wieder einspielen und weiter verwertbar sind<sup>48</sup>. Natürlich gibt es noch eine Vielzahl anderer erfolgreicher Sitcoms, hier sollen erst einmal die klassischen genannt werden.

Warum sich das Genre in Deutschland nicht so durchsetzen kann und wieso Deutschland lieber Sitcoms importiert, soll in den nächstens Kapiteln thematisiert werden.

### **3.3 Unterschiede Deutschland - USA**

Die Art, wie neue Sitcomformate in Deutschland entwickelt werden, unterscheidet sich nicht sehr von denen anderer Länder. Idee, Konzept, Vorstellung, Auftrag und Produktion sind die einzelnen Phasen, die eine Sitcom durchläuft, egal ob sie aus Deutschland, Brasilien oder den USA kommt. Warum aber gibt es mehr Sitcoms in den USA und wieso vor allem heutzutage? Wie bereits beschrieben, war die Zeit der deutschen Sitcoms in den 90er Jahren. Aktuell laufen im TV fast nur noch amerikanische Produktionen. Aber was macht die amerikanischen Sitcoms so erfolgreich und wie werden Sitcoms in ihrem Heimatland gehandhabt?

Die Entwicklungsstruktur von Sitcoms in den beiden Ländern Deutschland und USA ähnelt

---

<sup>48</sup> Vgl. Holzer, Daniela: Die deutsche Sitcom, 1999 Deutschland, S. 73.

sich, es gibt jedoch Unterschiede in späteren Stadien der Entwicklung einer Sitcom. Nachdem der Sender eine Sitcom bestellt hat, besitzen der Produzent und die Entwickler der eigenen Serie in Amerika viel mehr Freiheiten. In Deutschland hat immer ein Verantwortlicher des Senders, meistens der Redakteur, ein Mitspracherecht, obwohl er gar nicht in die eigentlichen kreativen Prozesse involviert war. Daher kann man in Amerika von einer größeren kreativen Freiheit sprechen, als das hier in Deutschland der Fall ist. Diese schafft Raum für Neues und man kann sich leichter neuen Sachen und Ansätzen öffnen. Bevor man in Deutschland ein komplett neues Sitcomformat entwickelt, werden die Sendungen des amerikanischen Sitcom Marktes angeschaut und daraus eine für den deutschen Markt passende, adaptierte Sitcom entwickelt.

Ein weiterer Unterschied liegt in den finanziellen Möglichkeiten, die im Rahmen einer Sitcomproduktion zur Verfügung stehen. Die Sender in den USA sind weitaus größer als in Deutschland und verfügen daher auch über mehr Geld. Der große Unterschied zwischen Deutschland und Amerika in Bezug auf die finanziellen Mittel wird deutlich, wenn man sieht, dass Charlie Sheen für seine Rolle in „Two and a half men“ circa 1,5 Millionen US Dollar pro Episode bekommen hat, was ungefähr dem Betrag entspricht, der in Deutschland für eine ganze Staffel zur Verfügung steht<sup>49</sup>. Zusätzlich bringen die Produzenten oder Entwickler einer Sitcom in Amerika noch Eigenkapital mit, um die Sitcom nach ihren Wünschen zu gestalten. Natürlich haben sich dieses Ausmaß und die finanziellen Möglichkeiten in den USA so eingependelt, da man davon ausgehen kann, dass die Produktion später auch in andere Länder verkauft wird und zusätzlich zu den eigentlichen Einnahmen des Senders auch mit den Lizenzen noch weiteres Geld verdient wird. Durch diese erheblichen Unterschiede in kreativer und finanzieller Freiheit fällt die Vorproduktion in Amerika natürlich etwas leichter. Aber durch mehr Geld alleine ist kein Erfolg garantiert, deswegen bestehen auch in anderen Bereichen noch Unterschiede zu deutschen Produktionen.

Die Entwicklung der Story und der Gags verläuft in den USA etwas anders als in Deutschland. In Amerika gibt es bei seriellen Produktionen schon seit langem den sogenannten Writersroom. Die Autoren arbeiten dabei nicht von zu Hause, sondern haben ihre eigenen Büroräume und entwickeln zusammen mit dem Chefautor die Storyline. So sind sie ständig im Gespräch und Austausch miteinander, was ein entscheidender Vorteil bei der Entwicklung der Charaktere und der Verknüpfung einzelner Episoden ist. Der

---

49 Vgl. <http://www.viply.de/?p=37158> (10.07.2013).

Writersroom ist bei Dramaserien, bei denen die Entwicklung der Charaktere und die Verknüpfung einzelner Episoden wichtiger ist als bei Sitcoms, noch viel ausgeprägter. Der ständige Austausch mit anderen Autoren hilft also, die Sitcom flexibel zu halten. Wenn die Storylines gemeinsam entwickelt werden, sind außerdem alle mitwirkenden Autoren immer auf demselben Level. Auch in Deutschland hat sich aber mittlerweile der Trend des gemeinschaftlichen Schreibens weiter entwickelt, sodass bei manchen Produktionen ebenfalls eine Art Writersroom entsteht<sup>50</sup>.

Da es Sitcoms in Amerika schon viel länger gibt, ist die Bevölkerung damit aufgewachsen. Diese Verbindung mit dem Genre gibt es in Deutschland nicht, deswegen stammen auch die erfolgreichsten und mitunter neuesten Trends aus Amerika. Das mag ein Grund sein, warum das Format so von amerikanischen Produktionen dominiert wird. Neue Richtungen des Genres, Erzählstile oder die Zusammensetzung der Charaktere werden immer wieder in Amerika neu definiert. Hieraus wird ersichtlich, dass es in Amerika aufgrund der vielen Möglichkeiten, die dieses Land im Vergleich zu Deutschland hat, viel leichter ist, Risiken einzugehen und dadurch neue Formate zu entwickeln. Dass die Entwicklung der Sitcoms in den USA stetig vorangetrieben wird, liegt meiner Meinung nach an der Verwurzelung der Gesellschaft mit diesem Genre, hierfür wird es immer einen Platz geben.

---

50 Vgl. Junklewitz, Christian, <http://www.serienjunkies.de/news/tatort-eifel-23279.html> , (10.07.2013).

## **4. Wieso gibt es keine deutsche Sitcom?**

Jetzt stellt sich die Frage, wieso es kaum deutsche Sitcomproduktionen gibt, obwohl man, wie die Geschichte der Sitcoms zeigt, auch in Deutschland durchaus mit ihnen Erfolg haben kann. Produktionen wie „Ritas Welt“, „Alles Atze“ oder auch „Türkisch für Anfänger“, waren lange Zeit beim Publikum beliebt. Wie aber schon aus der Marktanalyse in Kapitel 2.3 ersichtlich wurde, sendet das deutsche Fernsehen größtenteils amerikanische Sitcoms.

### ***4.1 Produktionsbedingungen in Deutschland***

Eine Sitcom wird meistens durch zwei Werbeblöcke unterbrochen, was eine 20-30 minütige Produktion schon sehr lukrativ macht. Die Produktionsbedingungen für klassische Sitcoms sind im Vergleich zu anderen Produktionen ebenfalls sehr einfach, da man größtenteils in gebauten Sets dreht und nicht von anderen Bedingungen, wie beispielsweise dem Wetter, abhängig ist. Warum gibt es in Deutschland also so wenig klassische Sitcoms, obwohl der Faktor Comedy und Unterhaltung vor allem bei den privaten Sendern groß geschrieben wird?

Der Vergleich von Deutschland und Amerika macht deutlich, dass in Amerika jedes der großen Networks irgendeine Sitcom zur Primetime sendet. Hier in Deutschland tut das nur ProSieben. Aber auch dieser Sender strahlt nur amerikanische Sitcoms aus, obwohl er mit seinen Sitcoms recht erfolgreich ist und damit zeigt, dass es einen Markt für solche Produktionen gibt. Warum wird also der deutsche Markt wenn überhaupt nur von amerikanischen Produktionen überfüllt?

Das könnte zuerst einmal an der Geschichte der Sitcoms liegen, diese stammen nämlich ursprünglich aus Amerika. Dieses Genre hat sich dort sozusagen eingebürgert. Seit 1958 laufen hier mehr oder weniger häufig Sitcoms im TV. Somit sind die Zuschauer in Amerika an die Komik und das Genre gewöhnt. Die Sitcom, die in Deutschland bisher nur als eine Art Nische benutzt wird, ist in Amerika schon ein gewisses Muss.

Ein weiterer Aspekt könnte natürlich auch die Qualität der Produktionen sein, wobei der Faktor Geld bei Sitcoms eigentlich keine große Rolle spielt. Sitcom Hits wie „Seinfeld“, „Friends“ oder heutzutage „Two and a half men“ spielen alle nur in gebauten Sets und

haben neben den teilweise bekannteren Schauspielern keine einzigartigen Produktionsmerkmale. Was hält Deutschland also davon ab, selber klassische Sitcoms zu entwickeln? Die Produktionsbedingungen sind vielleicht ein Grund.

Sitcoms sind allesamt Auftragsproduktionen, das bedeutet, ein Sender bestellt eine Staffel, die dann von einer Produktionsfirma umgesetzt wird. In Deutschland hat der Sender durch den Redakteur einen sehr großen Einfluss auf die Produktion. Dieser nimmt nämlich viele der kreativen Entscheidungen ab, bevor sie umgesetzt werden. In Amerika ist das anders, dort haben die Produzenten meist volle kreative Freiheit. Der Sender nimmt zwar auch hier die Episoden ab, aber andere Schritte werden hier nicht so streng kontrolliert. Außerdem ist der Sender meist auch Mitproduzent oder produziert die Serie selber und kauft nur die gewünschten Produzenten / Entwickler ein. Diese Vorgehensweise macht es möglich, neue und kreative Wege in dem klassischen Genre einzuschlagen und ist ein Grund dafür, dass die meisten neueren Sitcomproduktionen aus den USA stammen.

Die Produzenten und Schreiber der amerikanischen Sitcoms sind häufig selber im Comedybereich groß geworden. Jerry Seinfeld und Larry David waren beide Stand Up Comedians, bevor sie Produzenten und Entwickler von „Seinfeld“ wurden<sup>51</sup>.

Ein weiterer Aspekt ist der sehr unterschiedliche Humor in den Ländern Deutschland und Amerika. Vergleicht man die amerikanischen Folgen von „The office“ mit der deutschen Adaption „Stromberg“, gibt es außer bei den Figurenkonstellation kaum Gemeinsamkeiten. Das britische Original hätte in Amerika und Deutschland vermutlich auch keinen großen Erfolg gehabt, da sich die Arten des Humors von Land zu Land unterscheiden. Der Qualitätsanspruch ist natürlich auch ein wichtiger Faktor. Im deutschen TV laufen seit langer Zeit amerikanische Sitcoms und es ist sicherlich eine Herausforderung, eine eigene deutsche Produktion zu entwickeln, die konkurrenzfähig ist. Im Bereich Entertainment / Comedy ist uns das amerikanische TV um einiges voraus, daher laufen in Deutschland größtenteils adaptierte Formate aus Amerika.

Diese Einschränkungen in der Freiheit der Kreativität und der hohe Qualitätsdruck, der auf Produzenten und Entwicklern lastet, wirken meistens abschreckend und könnten zwei Gründe sein, warum es in Deutschland keine deutschen Sitcoms mehr gibt. Zu der Zeit, als noch deutsche Eigenproduktionen wie „Die Camper“ oder „Salto Postale“ liefen, war der Ansturm amerikanischer Sitcoms noch nicht so groß. Momentan lohnt es sich anscheinend nur, Lizenzen von Sitcoms zu erwerben.

---

51 Vgl. Kaplan, James: [http://www.newyorker.com/archive/2004/01/19/040119fa\\_fact?currentPage=4](http://www.newyorker.com/archive/2004/01/19/040119fa_fact?currentPage=4) , (11.07.2013)



## **4.2 Vorteile von Lizenzeinkäufen**

Wenn man den deutschen Sitcom TV-Markt betrachtet, fällt auf, dass die eingekauften amerikanischen Serien dominieren. Doch warum ist das so?

Basierend auf den Ergebnissen meiner vorherigen Analyse gibt es hierfür zwei mögliche Antworten:

1. Eingekaufte Sitcoms sind qualitativ hochwertiger als selber produzierte.
2. Sitcoms zu kaufen ist kostengünstiger, als sie selber zu produzieren.

Bezogen auf die Qualitätsansprüche stellt sich wiederum folgende Frage: Wieso gibts es dann überhaupt deutsche Sitcoms? Momentan werden nur noch „Pastewka“ und „Stromberg“ als moderne Sitcoms produziert; weitere Sitcoms gibt es im deutschen TV gar nicht. Außerdem sind auch „Pastewka“ und „Stromberg“ Adaptionen und dafür müssen Rechte eingekauft werden, wodurch nochmals ein Mehrkostenaufwand entsteht.

Ein weiterer wichtiger Aspekt ist, dass Sitcoms in Amerika schon zum Pflichtprogramm eines jeden Senders gehören und dass sie dort auch schon viel länger produziert werden. Die Amerikaner sind uns also vor allem auf dem Gebiet der Sitcom weit voraus, für die Deutschen sind Sitcoms noch Neuland. Die letzten erfolgreichen in Deutschland produzierten Sitcoms waren keine klassischen, sondern moderne Sitcoms. Diese werden zwar noch gesendet, aber ihre Produktionszeit liegt inzwischen mehr als 10 Jahre zurück. Auch „Stromberg“ und „Pastewka“ starteten Anfang bzw. Mitte der 2000er, laufen also schon seit mehr als einem halben Jahrzehnt. Da ProSieben mit all seinen Sitcoms, die der Sender aus Amerika einkauft, einen ungeheuren Erfolg hat, stellt sich die Frage: Wieso sollte man überhaupt eine Sitcom selber produzieren? Eigentlich sind Sitcoms einfach zu produzieren, vor allem die klassischen. Diese werden zu 90% in einem Studio und in extra dafür gebauten Sets gedreht. Daher gibt es keine äußeren Einflüsse, die eine Produktion stören könnten, und dadurch ist ein geregelter Produktionsablauf gewährleistet. Trotzdem sind einige Faktoren bei einer Eigenproduktion aufwendiger als bei einem Lizenzeinkauf. Wenn man eine Sitcom selber produzieren will, muss man sie zuerst entwickeln, bevor man mit der Produktion beginnen kann. Diese zwei Arbeitsschritte bedeuten einen großen Kostenaufwand, doch dafür hat man später die kompletten Rechte an der Sitcom. Sie kann an immer neue Interessenten weiterverkauft werden. Dies ist jedoch nur möglich, wenn die Sitcom auch erfolgreich ist. Bei Eigenproduktionen sind also der Kostenaufwand

und die notwendigen Arbeitsschritte viel höher bzw. aufwendiger als bei eingekauften Serien.

Man kauft eine Serie ein, nachdem man sie gesehen hat oder nachdem sie erfolgreich in einem anderen Land gelaufen ist. Das bedeutet, dass man eine gewisse Sicherheit hat, wenn man eine Serie kauft. Ein Kostenpunkt fällt bei eingekauften Serien aber extra an, denn die Serie muss synchronisiert werden. Die Synchronisationsfirma übernimmt bei eingekauften Sitcoms den größten Teil der Arbeit. Sie übersetzt die Dialoge ins Deutsche und übernimmt die Synchronisation sowie die Anpassung der Tonspuren. Einzig und allein die Musik und die Toneffekte werden vom Original übernommen und auch festgesetzt. Daher müssen bei den Synchronisationen die Pointen zeitlich genau eingehalten werden, da sonst die Lacher vom Band aus dem Original nicht mehr passen würden. Dies gestaltet sich aufgrund der unterschiedlichen Sprachen oft schwierig. In diesem Punkt liegt ein eindeutiger Vorteil der Eigenproduktion<sup>52</sup>.

Wird eine Serie nur eingekauft, entstehen also lediglich Kosten für den Einkauf und die Synchronisation. Bei der Eigenproduktion hingegen entstehen Kosten für Entwicklung und Produktion der Sitcom, dafür behält man aber die Rechte an der Serie und hat durch ihren Verkauf finanzielle Vorteile.

Wiegt man Vor- und Nachteile von eingekauften Sitcoms und Eigenproduktionen ab, wird deutlich, dass das Risiko bei einer Eigenproduktion viel höher ist als beim Einkauf einer Sitcom, da man sich nie sicher sein kann, wie eine neue Serie am Markt besteht. Ist eine Eigenproduktion jedoch am Markt erfolgreich, kann sie große Gewinne abwerfen, denn eine Sitcom ist leicht zu produzieren.

Es bleibt abzuwarten, ob der Sender ProSieben, der ja momentan großen Erfolg mit eingekauften Sitcoms hat, bereit ist, das Risiko einzugehen und auf der Welle dieses Erfolges eine eigene deutsche Sitcom auf den Markt zu bringen.)

---

52 Vgl. Holzer, Daniela: Die deutsche Sitcom, 1999 Deutschland, S.99

## 5. Dramaturgie und Veränderung im Laufe der Zeit

### 5.1 Anatomie einer Episode

Im folgenden Kapitel wird die Dramaturgie einer Sitcom - das Herzstück einer jeden Serie - näher beschrieben. Dabei ist der Aufbau jeder Episode gleich. Für eine Sitcom gilt generell, dass man schon beim Entwickeln des Konzepts den groben Inhalt der folgenden zehn Episoden im Voraus geplant haben muss. Der Inhalt einer Sitcom muss leicht zu verstehen sein und darf den Zuschauer nicht zu sehr belasten, damit die Sitcom ihren Ruf als leichte Unterhaltung nicht verliert. Aus diesem Grund sind die meisten Episoden eigenständige Folgen, die auch einzeln verständlich sind. Das Setting ändert sich nicht, deswegen kann der Zuschauer eine Folge verpassen und verliert trotzdem nicht den Anschluss<sup>53</sup>. Sitcoms erzählen zwar eine Handlung, die sich durch die gesamte Staffel zieht, aber diese ist leicht nachvollziehbar. Dennoch hat jede Folge einen gewissen Aufbau, der in jeder Sitcom fast identisch ist.

Dies wird deutlich am Beispiel der Sitcom „Seinfeld“, die in vielen Bereichen Vorreiter der heutigen Sitcoms ist. Bei keiner anderen Sitcom sind Inhalt und Aufbau einer Episode so klar definiert wie bei „Seinfeld“. Am Beispiel der zweiten Episode „The Stake Out“ wird der typische Aufbau einer Folge verdeutlicht.

#### 5.1.1 Einführung

„Seinfeld“ handelt von Jerry Seinfeld, einem Stand-up Comedian, und dem Leben seiner Freunde. Jede Episode beginnt mit einer kleinen Einführung, dem Teaser. In der Serie erzählt Jerry auf der Bühne einen Abschnitt aus seinem Stand-up Programm, dessen Inhalt gleichzeitig das Thema der Folge ist. In der zweiten Episode „The Stake Out“ geht es um Männerfreundschaften und männliches Verhalten. Hier wird der Teaser auch oft benutzt, um die Opening Credits zu zeigen.

---

<sup>53</sup> Vgl. Holzer, Daniela: Die deutsche Sitcom, 1999 Deutschland, S. 32-34.

Nach dem Teaser beginnt die Episode. Nach Syd Fields „Handbuch zum Drehbuchschreiben“ besteht ein konzeptionelles Drehbuch aus drei Akten: Anfang, Mitte und Ende<sup>54</sup>. Diese Dreiakt Struktur kann man auch auf eine Sitcom übertragen.

### **5.1.2 Der Anfang**

In der Beispielfolge erzählt George Jerry von einem Problem mit seiner Freundin, das ihn sehr belastet. Nachdem George und Jerry in Jerrys Apartment angekommen sind, tut sich für Jerry ein Problem auf. Er muss sich mit einem Freund treffen, den er eigentlich nicht mag. Jerry gibt die ganze Geschichte dann in seinem Stand-up Programm wieder und der Zuschauer erhält einen Einblick in Jerrys Sicht auf die Dinge. Nebenbei erfährt der Zuschauer, dass Cosmo gerade dabei ist, „wieder irgendein Geschäft zum Laufen zu bringen“. Dadurch wird die Folge eingeführt, der Zuschauer weiß, mit welchen Problemen die Charaktere konfrontiert werden oder in welcher Situationen sie sich befinden.

Diese Vorgehensweise verdeutlicht auch ein weiteres dramaturgisches Merkmal einer Sitcom, den Aufbau einer sogenannten ABC – Struktur. In einer Episode gibt es verschiedene Geschichten, die A-Struktur ist die von Jerry und seinem Freund, die B-Struktur ist das Problem von George und seiner Freundin und die C-Struktur ist die von Cosmo und seinen Geschäften. Diese Struktur soll die Episoden flexibler und dadurch auch spannender machen, da man durch Wechseln der einzelnen Strukturen im Schnitt die Spannung steigern kann.

### **5.1.3 Die Mitte**

Im zweiten Akt der Episode stellen sich die Charaktere ihren Problemen. Jerry trifft sich mit seinem Freund zum Essen und George erzählt Jerry von dem Treffen mit seiner Freundin, wobei Jerry aber auch erwähnt, dass er mit seinem Freund zum Baseball gehen muss, obwohl er George versprochen hat, dass er mitkommen darf.

Da hier die A und B Plots ineinander übergreifen, wird die Episode vielschichtiger.

---

<sup>54</sup> Vgl. Field, Syd: Das Handbuch zum Drehbuch, 1999 Frankfurt/Main, S. 39ff.

Während Jerry und Cosmo über ihr Problem mit den Karten reden, kommt Cosmo herein und erzählt seinen Plot weiter.

#### **5.1.4 Das Ende**

Das Ende dieser Episode wird von Jerry und Elaine eingeleitet. Elaine hilft Jerry dabei, sich aus dem Schlamassel mit Jerrys Freund herauszureden. Im Anschluss vermischen sich die Handlungen des A und C Plots, als herauskommt, dass Cosmo mit Jerrys Freund bei dem Baseballspiel war. Überraschenderweise ist Jerrys Freund mit Cosmo zu Jerry gekommen, er und Jerry machen gleich einen weiteren Termin für ein Treffen aus.

Am Ende hat sich also für Jerry und seine Freunde nicht viel verändert, alles ist eigentlich so, wie es am Anfang der Folge war. Dies ist ungemein wichtig für eine Sitcom. Am Ende muss die Ausgangssituation wiederhergestellt sein, denn so behält die Sitcom ihren leichten und unbeschwerten Charakter. Aus diesem Grund muss man Sitcoms nicht unbedingt chronologisch gucken, da die Ausgangssituation in den meisten Fällen die gleiche ist.

#### **5.1.5 Plots und Charaktere**

Eine Sitcomfolge lässt sich in drei Akte einteilen: den Anfang, die Mitte und das Ende. Diese drei Akte sind meistens durch Werbeblöcke getrennt und starten mit einem Raum- oder Zeitsprung innerhalb der Geschichte. Somit wird für den Zuschauer deutlich, dass ein Akt beendet ist und die Geschichte an anderer Stelle weitergeht. Des Weiteren haben Sitcoms verschiedene Plots, die eine Episode behandelt. Diese ABC-Struktur wird in fast allen seriellen Produktionen benutzt. Der dramaturgische Aufbau macht die Episode viel variabler und auch leichter zu erzählen. Die Überschneidung und Vermischung der verschiedenen Plots macht die Story nicht nur interessanter, sondern hilft auch dabei, komische Situationen hervorzurufen. Für den einzelnen Plot gilt auch die strukturelle Aufteilung in Anfang, Mitte und Ende, wobei hier die einzelnen Elemente des B- und C-Plots weitaus kürzer sein können als beim A-Plot. Der A-Plot wird vom Protagonisten der

Episode oder der Serie übernommen, in der Beispielerpisode ist Jerry derjenige, der den A-Plot durchlebt. In anderen Folgen können das aber auch Elaine, Cosmo oder George sein<sup>55</sup>.

Die einzelnen Akte einer kompletten Episode sind zeitlich im Verhältnis 1:2:1 aufgeteilt. Damit ist der Mittelteil der längste Abschnitt einer Folge, da er sich mit dem Problem dieser Folge auseinandersetzt. Dieser Aufbau einer Sitcom lässt sich auf fast alle heutigen klassischen Sitcoms übertragen<sup>56</sup>. Das Verwenden einer ABC-Struktur ist nicht nur in Sitcoms, sondern auch in Dramaserien üblich.

Für eine Sitcom Struktur typisch ist, dass am Ende der Episode keine große Veränderung zur Anfangssituation vorgenommen wurde<sup>57</sup>. So kann der Zuschauer eine Folge verpassen und sich trotzdem wieder auf die gleichen Charaktere freuen, die eine Sitcom erst zu dem machen, was sie ist.

## **5.2 Die Veränderung der Sitcom**

Es ist interessant zu verfolgen, wie sich die Sitcom im Laufe der Jahre verändert hat. *Dieser Veränderungsprozess wird in den folgenden Kapiteln am Beispiel der jeweils ersten Episode der Sitcoms „Friends“ und „How I met your mother“ beschrieben.* Beide Sitcoms waren / sind in Deutschland äußerst erfolgreich und gleichen sich in ihren Charakterstrukturen.

### **5.2.1 Vergleich des Settings und der Charaktere**

„Friends“ und „How I met your mother“ spielen beide in New York. Bei „Friends“ geht es um eine Gruppe junger Menschen im Alter von Anfang 30, die gerade dabei sind, sich selber zu finden. Genau dasselbe Setting hat auch „How I met your mother“.

Schaut man sich die Charaktere genauer an, fällt auf, dass es größtenteils derselbe Typ Mensch ist. Monica aus „Friends“ gleicht Robin aus „How I met your mother“, denn beide

---

55 Vgl. Douglas, Pamela: TV-Serien Schreiben fürs Fernsehen, 2007 Amerika, S. 84-85.

56 Vgl. Holzer, Daniela: Die deutsche Sitcom, 1999 Deutschland, S. 21.

57 Vgl. Holzer, Daniela: Die deutsche Sitcom, 1999 Deutschland, S. 18.

sind sehr aktive, teilweise sogar überdrehte Charaktere. Rachel ähnelt Lilly, beide träumen von einem anderen Leben, und Ross gleicht Ted, beide sind auf der Suche nach der Liebe. Auch Joey ähnelt Barney, da beide auf Frauen fixiert sind und durch ihre Verrücktheit auffallen. Chandler weist Parallelen zu Marschall auf, beide sind liebenswerte und ehrliche Charaktere.

Natürlich sind die Charaktere keine eins zu eins Kopien, doch sie weisen in ihrem Verhalten Grundstrukturen auf, die mit ihrem Partner übereinstimmen. Was die Charaktere in diesen beiden Formaten aber voneinander unterscheidet, ist die Vielschichtigkeit. Bei „Friends“ sind die Charaktere viel tiefergehend, sodass es mehrere Folgen dauert, bis der Zuschauer alles über sie erfahren hat. Bei „How I met your mother“ hingegen lernt der Zuschauer die einzelnen Charaktere viel schneller kennen. Das mag vielleicht auch daran liegen, dass in der Sitcom „Friends“ sechs Charaktere spielen und bei „How I met your mother“ nur fünf, aber auch die Erzählweise ist sicherlich ein Grund dafür.

## **5.2.2 Vergleich des Aufbaus der Episoden**

„How I met your mother“ wird von Ted erzählt, der seinen Kindern (dem Zuschauer) beschreibt, wie er seine Mutter kennengelernt hat. Durch diese Form des Ich-Erzählers wird nicht nur die Dramaturgie der Sitcom vorangetrieben, sondern gewisse Situationen und Charaktere können auch anschaulicher und vor allem schneller erklärt und dargestellt werden. In dieser Serie führt also die Erzählstimme von Ted die Charaktere ein. Bei Friends hingegen wächst man selber mit den Charakteren und muss durch ihre Handlungen herausfinden, was sie für Typen sind. Natürlich ist dieser Einführungsprozess in die Charaktere schnell abgeschlossen, da die erste Szene im Café so geschrieben ist, dass der Zuschauer möglichst schnell etwas über alle beteiligten Personen erfährt. Dennoch erfolgt Einführung bei „How I met your mother“ viel schneller.

Beide Sitcoms unterscheiden sich nicht wirklich im Aufbau der jeweils ersten Folge. Beide beginnen mit der Einführung eines neuen Charakters in die bereits bestehende Gruppe. Bei Friends wird Rachel in die Gruppe aufgenommen und bei „How I met your mother“ ist es Robin. Hierbei bestehen Parallelen zwischen dem Zuschauer und dem neu aufgenommenen Charakter. Genau wie der Zuschauer kommt auch er neu in die Gruppe und muss alle beteiligten Mitglieder kennenlernen. Diese dramaturgisch geschickte

Vorgehensweise erleichtert die Vorstellung der einzelnen Charaktere und führt den Zuschauer leichter in die Geschichte ein.

Auch diese beiden Episoden weisen die oben beschriebenen ABC-Strukturen auf. Bei „Friends“ haben der A- und der B-Plot unterschiedliche Längen, während bei „How I met your mother“ die Längen der beiden Plots fast gleich sind. Diese Ausgewogenheit der einzelnen Plots, also das größere Erzählen in die Breite, ist ein Trend, zu dem die neueren Sitcoms tendieren. Trotzdem hat jede Episode natürlich meistens einen Hauptcharakter, der den Zuschauer durch die Folge führt.

Auch das Ende der beiden ersten Episoden ist nahezu identisch. Ross fragt Rachel nach einem Date und Ted fragt Robin nach einem Date. Die Pilot Episoden der beiden Sitcoms ähneln sich also von ihrem Aufbau sehr.

### **5.2.3 Vergleich der Erzählweisen und der Komik**

Die Erzählweise ist neben den Charakteren das zweitwichtigste Merkmal jeder Sitcom. In diesem Kapitel werden daher die Erzählweisen der beiden Serien verglichen.

„Friends“ erzählt größtenteils linear und weist in seiner Erzählweise viele Parallelen zu „Seinfeld“ auf. Die Besonderheit bei „Friends“ ist jedoch die Verbindung der einzelnen Charaktere. Alles was passiert, wird geteilt und von den Freunden kommentiert. Durch die verschiedenen Charaktere gewinnt die Handlung jeder Episode immer wieder neue Ansätze. Dies macht die Komik bei „Friends“ aus. Die Folgen werden also durch die Handlung der Charaktere erzählt. Bei „How I met your mother“ hingegen ist es die Geschichte von Ted, die er auch selber erzählt. Somit spielt die ganze Sitcom eigentlich in der Vergangenheit. Diese Erzählstruktur dominiert die gesamte Serie. Die Episoden werden immer wieder durch die Stimme des älteren Teds unterbrochen, der seine Erlebnisse aus der Vergangenheit meistens auf ironische Art und Weise kommentiert. Dieses Stilmittel kommt in fast jeder Folge vor und ist eine Art der Komik. Außerdem wechseln in dieser Sitcom sehr häufig die Zeitzonen, was eine Episode abwechslungsreicher macht. Diese Rückblenden werden oft überstilisiert, vereinfachen dadurch aber das Verständnis des Charakters.

Die Erzählstruktur von „Friends“ kann also als linear beschrieben werden, während „How I met your mother“ in einer großen Bandbreite erzählt und viele Zeitsprünge verwendet. Die



vielen Zeitsprünge in der Erzählstruktur sind für den Zuschauer sehr anspruchsvoll und man muss sich fragen, ob diese Erzählweise auch in den 90er Jahren schon möglich bzw. erfolgreich gewesen wäre.

Im Vergleich zu „Friends“ ist „How I met your mother“ auch eine wesentlich schnellere Sitcom. Die erste Folge von „Friends“ hat 10 Szenen, während die erste Folge von „How I met your mother“ aus 17 Szenen besteht. Die einzelnen Episoden der ersten Staffel von „How I met your mother“ haben jeweils drei bis vier Szenen mehr als „Friends“. Die einzelnen Episoden sind mit circa 21 Minuten jedoch gleich lang.

Die Komik, die genauso zu einer Serie beiträgt wie die Erzählstruktur, unterscheidet sich bei beiden Sitcoms, obwohl beide das gleich Setting haben: eine WG und ein Café oder Bar. Die Komik bei „Friends“ basiert auf der Verbindung der einzelnen Charaktere und ihrem Zusammenleben. Dies ist auch bei „How I met your mother“ der Fall und ein Merkmal solcher Ensemble-Sitcoms. Die Komik bei „Friends“ ist aber um einiges intelligenter und versteckter. Es gibt ganz selten Slapstick, sondern die Komik basiert auf den einzelnen Dialogen, die oft Nebensächliches behandeln. Bei „How I met your mother“ hingegen ist die Komik direkter. Hier wird nicht viel mit Metaphern gespielt, sondern die Komik entsteht aus einer direkten Wirkung oder aus Wortspielen.

Die Gagdichte ist bei beiden Serien mit ungefähr 60 – 70 Lachern pro Episode fast gleich. Bei „How i met your mother“ sind es ein paar weniger als bei „Friends“. In Bezug auf die allgemeine Komik ist „How I met your mother“ variabler und risikofreudiger als „Friends“. Obwohl sich die Charaktere ähneln, sind die in „How I met your mother“ viel überstilisierte in ihrem Typ. So ist Barney zwar genauso ein Frauenheld wie Joey, dafür liefert Barney viel mehr Gags. Joey zieht seine Komik aus seiner Rolle als etwas dummer Schauspieler, den er eher zurückhaltend spielt, und der durch sein idiotisches Verhalten für Komik sorgt. „How I met your mother“ spielt auch viel mehr mit wiederkehrenden Gags als „Friends“, ein Beispiel hierfür sind die von Barney benutzten Aussagen wie „suit up“ oder „legend-wait for it-dary“.

### 5.2.5 Fazit

Beide Serien unterscheiden sich deutlich in den Punkten Erzählweise und Komik. Berücksichtigt man aber die unterschiedlichen Produktionszeiten, wird ersichtlich, dass die Erzählweise von „How I met your mother“ in den 90er Jahren noch deutlich zu schnell gewesen wäre; umgekehrt wäre die Erzählstruktur von „Friends“ für das heutige Publikum zu langsam.

Obwohl auch die ältere Komik von „Friends“ noch immer beim Publikum ankommt, hat sich „How I met your mother“ mit ihrer Art der Komik deutlich an die Gegenwart angepasst. Es wird mehr geflucht und es werden auch „schmutzigere“ Witze gemacht, was im Amerika der 90er Jahre nicht möglich gewesen wäre. Das Wort „Sex“ wurde damals in der ersten Folge von „Friends“ mit einer Methaper umschrieben. Die Komik und Erzählweise von Sitcoms sind in den letzten Jahren schneller und direkter geworden. Dies wird deutlich, wenn man sich aktuell laufende Sitcoms wie „Two and a half men“, „The Big bang Theory“ oder „2 Broke Girls“ anschaut.

Dass sich eine Sitcom an die Zeit anpasst, ist aber eine Genreentwicklung. Im Laufe der Zeit wurde die Komik also direkter und die Sitcom erzählt sich schneller. Diese Entwicklung hat sich von den 90er Jahren bis ins 21. Jahrhundert vollzogen, auch wenn die Themen und Charakterkonstellationen von „Friends“ auch heute noch perfekt funktionieren. Nicht umsonst wirbt die DVD Box der ersten „How I met your mother“ Staffel mit „Das Friends des 21. Jahrhunderts – Stern“<sup>58</sup>. Das trifft zumindest auf die Charaktere und einen Teil der Komik zu.

### 5.3 Analyse einer aktuellen deutschen Produktion

Am Beispiel einer deutschen Produktion wird ersichtlich, wie es um den deutschen Sitcommarkt bestellt ist. Da seit den 90er Jahren keine deutsche klassische Sitcom mehr produziert wurde, konnte leider keine aktuelle Sitcom als Beispiel verwendet werden. Daher wurde die auf dem deutschen Markt erfolgreiche Adaption „Pastewka“ als Beispiel

---

<sup>58</sup> Vgl. [http://www.amazon.de/How-Met-Your-Mother-Season/dp/B001ECQRM8/ref=sr\\_1\\_1?ie=UTF8&qid=1374079283&sr=8-1&keywords=How+i+met+your+mother](http://www.amazon.de/How-Met-Your-Mother-Season/dp/B001ECQRM8/ref=sr_1_1?ie=UTF8&qid=1374079283&sr=8-1&keywords=How+i+met+your+mother) (13.07.2013).

verwendet, denn diese moderne Sitcom wird momentan noch produziert und auch im TV gesendet.

„Pastewka“ handelt vom Leben des in Deutschland bekannten Komikers Bastian Pastewka, der mit der „Wochenshow“ deutschlandweit bekannt wurde. „Pastewka“ ist eine deutsche Adaption der amerikanischen modernen Sitcom „Curb your Enthusiasm“, in der das Leben von Larry David, einem Erfinder von „Seinfeld“, dargestellt wird. Wie auch im Original ist die Kamera immer bei Pastewka, sie begleitet ihn mit zu seiner Familie und zu seiner Arbeit, wo auch häufig andere prominente Gesichter der deutschen Fernsehbranche auftauchen, wie z.B Michael Kessler oder Ingolf Lück.

Im Vergleich zu anderen Sitcoms gibt es bei „Pastewka“ nur einen A-Plot, die Kamera folgt Bastian Pastewka die ganze Zeit durch seinen Alltag. In der Serie gibt es einige wiederkehrende Rollen, wie z. B. seine Frau, seinen Bruder und seine Enkelin. Die restlichen Rollen sind meistens mit prominenten deutschen Fernsehdarstellern besetzt, die auch im wirklichen Leben mit Bastian zu tun haben. Diese Rollen sind aber meistens nur in einer Episode zu sehen. Genau wie Larry David im Original, tritt auch Bastian in jedes Fettnäpfchen und wirkt durch seine direkte und manchmal etwas unmenschliche und unhöfliche Art ungewollt komisch. Gedreht wird „Pastewka“ wie auch das amerikanische Original mit nur einer Kamera, im Gegensatz zum Original sind die Drehbücher nicht improvisiert<sup>59</sup>.

„Pastewka“ wurde das erste Mal am 9. September 2005 auf Sat 1 ausgestrahlt, die produzierende Firma ist Brainpool. Übernommen von „Curb your enthusiasm“ wurde lediglich die etwas unhöfliche Art des Protagonisten sowie die visuelle Auflösung, die an eine Dokumentation erinnert. Pastewka hat in Deutschland einen recht guten Erfolg, die erste Staffel hatte im Durchschnitt 3,33 Millionen Zuschauer und erzielte damit in der Zielgruppe 14-49 Jährige immerhin 17,2 %<sup>60</sup>. Dies entspricht einem Zuschaueranteil, den momentan auch importierte amerikanische Sitcoms in Deutschland erzielen. Die dritte Staffel erreichte dann im Schnitt nur noch 9%, trotzdem wird die Serie weiter produziert. Momentan laufen die Dreharbeiten für die 7. Staffel.

Im Folgenden wird analysiert, warum diese moderne Sitcom in Deutschland so erfolgreich war. Ein sehr wichtiger Aspekt ist sicherlich die Authentizität, die durch die ständigen Gastrollen von bekannten Prominenten erzeugt wird. Dadurch gelingt es den Produzenten

---

59 Vgl. Niggemeier, Stefan: <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/bastian-pastewka-die-rolle-seines-lebens-1258834.html>, (13.07.2013).

60 Vgl. Quotencheck <http://www.quotenmeter.de/n/40349/quotencheck-pastewka> , (13.07.2013).

der Serie, dem Zuschauer einen realen Blick hinter die Kulissen des Lebens eines Prominenten zu geben. Eine weitere Schlüsselrolle für den Erfolg hat natürlich Bastian Pastewka selbst, der sich mit seiner Unsympathie in die Herzen der Zuschauer spielt und durch sein Verhalten vor allem sich selbst in Probleme bringt, die den Zuschauer wiederum zum Schmunzeln anregen. Genau wie bei klassischen Sitcoms haben auch in „Pastewka“ alle Episoden das gleiche Ende. Dies bedeutet aber nicht gleichzeitig ein positives Ende für den Protagonisten, was man als eine Art Rechtfertigung für seine dauerhaft unhöfliche Art sehen kann.

In der öffentlichen Wahrnehmung kommt die Adaption gut an, sie erhielt den deutschen Comedy Preis als beste Sitcom und den deutschen Fernsehpreis im Jahre 2006. Bastian Pastewka wurde außerdem mit der Rose d'Or, einem bedeutenden Festival für Fernsehunterhaltung, als bester Sitcom Darsteller ausgezeichnet<sup>61</sup>.

Mit „Pastewka“ ist dem deutschen Fernsehen neben „Stromberg“ eine der wenigen wirklich guten und erfolgreichen Adaptionen gelungen. Insbesondere die speziellen Elemente, wie der nationale Bezug und die Realitätsnähe, wurden perfekt übernommen. So wurde aus „Pastewka“ eine perfekte „Curb your Enthusiams“ Adaption, die auf ihre eigene Art und Weise die Besonderheiten des Original eingedeutscht hat.

---

61 Vgl. Wikipedia [http://de.wikipedia.org/wiki/Pastewka\\_\(Fernsehserie\)](http://de.wikipedia.org/wiki/Pastewka_(Fernsehserie)) , (13.07.2013).

## 6. Blick in die Zukunft der Sitcom

### 6.1 Wie verändert sich das Genre?

Welche Zukunft hat die Sitcom? Schon jetzt haben viele Sender ihr Programm für das Jahr 2013 / 2014 vorgestellt und zu meiner Überraschung sind hierbei auch deutsche Sitcomproduktionen vertreten.

#### 6.1.1 Veränderung in Deutschland

Der Sender RTL hat neben seinen alten Formaten auch eine Adaption einer amerikanischen Sitcom im Paket. „Das neue Leben der alten Christine“ basiert auf dem Original aus dem Jahr 2009, „The life of the old Christine“. Nach welchem System diese Adaption gedreht wird, bleibt abzuwarten. Meiner Meinung nach ist es durchaus möglich, dass man aus der klassischen eine moderne Sitcom gemacht hat. Außerdem sendet RTL mit „Sekretärinnen- Überleben von fünf bis neun“ eine weitere Sitcom, auch hier ist noch unklar, ob klassisch oder modern. Ein altes Format, „Der Lehrer“, kommt wieder, wobei es sich hier um eine moderne Sitcom oder auch Comedy Sendung handelt<sup>62</sup>.

ProSieben hingegen setzt mit dem Einkauf der amerikanischen Sitcom „The Millers“ wieder größtenteils auf Altbewährtes. Diese Sitcom wird selber erst im Herbst 2013 auf CBS ihre Premiere feiern. Trotzdem schickt ProSieben eine eigene Sitcoms ins Rennen, diese wird von keinem geringeren als Michael „Bully“ Herbig entwickelt und produziert, außerdem spielt er die Hauptrolle. Diese Sitcom wird komplett nach amerikanischem Vorbild produziert, nur die Lacher kommen nicht vom Band, sondern werden vom Publikum, das bei der Produktion vor Ort ist, aufgenommen<sup>63</sup>. Es ist seit langem wieder ein Versuch, einen Produktionsstil zu adaptieren und ihn mit eigenen Ideen zu füllen. Es bleibt abzuwarten, ob dieser Versuch funktioniert.

---

62 Vgl. Krei, Alexander : [http://www.dwdl.de/nachrichten/41320/macht\\_rtl\\_den\\_donnerstag\\_zum\\_comedyabend/](http://www.dwdl.de/nachrichten/41320/macht_rtl_den_donnerstag_zum_comedyabend/) (14.07.2013).

63 Vgl. <http://www.spiegel.de/kultur/tv/michael-bully-herbig-bekommt-eigene-sitcom-bei-ProSieben-a-907976.html> (15.07.2013).

## 6.1.2 Veränderung in den USA

In den USA hingegen dominieren auch weiterhin Sitcoms und Serien das TV. Bei den LA Screenings wurden viele neue und vor allem klassische Sitcoms vorgestellt. Chuck Lorre präsentierte seine neue Sitcom „Mom“, weitere Neuheiten sind „Friends with Better lives“, was ein Nachfolger von „How I met your mother“ werden könnte. Eine weitere klassische Sitcom ist „Dads“.

Im Bereich der modernen Sitcoms zeigt CBS mit „The Crazy Ones“ das Comeback von Robin Williams und Sarah Michelle Gellar. Die neueren Produktionen sind ein Mix aus Ensemble / Arbeits und Familien Sitcoms und handeln von normalen Themen<sup>64</sup>. Damit distanzieren sich die Sender vor allem von ihren älteren Sitcoms wie „The new normal“, „Wilfred“ oder „New Girl“, die eher auf verrückte Konstellationen setzen, wobei sich „New Girl“ im amerikanischen TV etabliert hat, „The new normal“ hingegen nicht.

Hoffnung für das deutsche TV macht vor allem die von Micheal Bully Herbig eigenproduzierte Sitcom nach amerikanischem Vorbild. Sie ist ein erster Schritt zurück zur deutschen klassischen Sitcom. Dass der Ehrgeiz hierfür da ist, sagte selbst der ProSieben Programmchef Wolfgang Link im Interview mit der Frankfurter Allgemeinen Zeitung. *„Es kann doch nicht sein, dass die Amerikaner es schaffen, solche Erfolge zu produzieren, und wir nicht“*<sup>65</sup>. Wie RTL seine selbst produzierten Sitcoms nun umsetzt, bleibt abzuwarten. Der Sender hat in der Vergangenheit gezeigt, dass er erfolgreiche Sitcoms produzieren kann. Ob nun seine erste klassische Sitcom auf den Markt kommt, bleibt abzuwarten. Diese Entwicklung zeigt, dass den deutschen Sendern langsam wieder bewusst wird, dass die Sitcom ein Genre ist, das nicht nur aus Amerika stammen muss.

---

64 Vgl. <http://www.serienjunkies.de/thema/upfronts/> (15.07.2013).

65 Schader, Peer: <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/medien/pro-sieben-chef-wolfgang-link-im-gespraech-nicht-nur-die-amerikaner-koennen-sitcoms-12243828.html> (14.07.2013).

## **6.2 Eine Sitcom für den deutschen TV-Markt**

Welche Merkmale braucht eine Sitcom, um auf dem deutschen TV Markt erfolgreich zu sein? In diesem Kapitel sollen Ansätze gezeigt werden, wie eine Sitcom gestaltet sein sollte, um sie erfolgreich auf dem deutschen TV-Markt zu implementieren.

Vergleicht man die Formate der Vergangenheit mit den kommenden, sieht man zwar eine Veränderung im Erzähltempo und in der Sprache, aber keinesfalls in der Thematik. Diese ist über Jahre gleich geblieben. Es sind immer noch die Kleinigkeiten, die den Humor einer Sitcom ausmachen, und so ihre sorglose Unterhaltung verbreiten können. Der Sprung von „Friends“ zu „How I met your mother“ macht deutlich, was sich eigentlich in letzter Zeit bei der klassischen Sitcom geändert hat.

Aber warum dauert es in Deutschland nach der Produktion der letzten klassischen Sitcoms so lange, bis endlich eine neue Eigenproduktion auf den Markt kommt? Die Nachricht, dass ProSieben mit der Sitcom von Michael „Bully“ Herbig einen Versuch unternimmt, den Produktionsstil nach amerikanischem Vorbild zu übernehmen, also mit drei Kameras und vor Publikum zu drehen, lässt auf eine Änderung hoffen. Unter diesen Voraussetzungen wurde in Deutschland das letzte Mal vor fast 50 Jahren produziert. Damals hieß das Format „Ein Herz und eine Seele“.

### **6.1.2 Die Struktur und das Konzept**

Wie müsste heutzutage eine klassische Sitcom für den deutschen Markt aussehen? Um mit den aktuell erfolgreichen Formaten mithalten zu können, sollte man vor allem auf eine Ensemble Sitcom setzen, da so jeder Typ Zuschauer seinen passenden Lieblingscharakter oder Protagonisten findet. Diese Methode hat sich schon in „How I met your mother“, „The Big Bang Theory“ und „New Girl“ beim deutschen Zuschauer bewährt. Auch der Inhalt sollte auf den deutschen Markt zugeschnitten sein, was am Beispiel „Pastewka“ ersichtlich wird. Der Inhalt von „Pastewka“ ist auf den deutschen Humor zugeschnitten, recht trocken und teilweise ein wenig blöd. Slapstick Elemente, wie sie auch in „How I met your mother“ zu sehen sind, kommen beim deutschen Publikum immer gut an.

### 6.1.3 Probleme und Vorteile einer deutschen Sitcom

Es könnte ein Risiko sein, dass RTL und ProSieben bei ihren neuen Sitcoms auf bekannte Gesichter setzen (ProSieben auf Michael „Bully“ Herbig und RTL auf Daniela Amft).

Beide Sender könnten Gefahr laufen, die Erwartungen der Zuschauer nicht zu erfüllen. Nach seiner 5-jährigen Pause kann es für Michael Bully Herbig schwierig werden, jetzt in einer für ihn untypischen Rolle aufzutreten. Hier besteht die Gefahr, dass das Publikum diese nicht akzeptiert. Da „Bully“ sich schon anderweitig einen Namen gemacht hat, wird das Publikum sofort Vergleiche mit den alten Produktionen ziehen. Daniela Amft hat vor allem durch Doctors Diary ein Bild beim deutschen TV Publikum hinterlassen. Wenn sie jetzt in „Das neue Leben der alten Christine“ wieder eine leicht verzweifelte Frau spielt, werden Parallelen zu ihrer alten Rolle gezogen.

Doch andererseits können diese bekannten Schauspieler auch einen Vorteil bedeuten. Wenn bekannte Gesichter in einer Serie mitspielen, zieht dies automatisch das Publikum an. Die Schauspieler müssen sich jedoch an ihren alten Erfolgen messen lassen, was vor allem für Michael „Bully“ Herbig schwer werden könnte.

Die Hauptschwierigkeit wird darin liegen, bei den deutschen Produktionen die Qualität der amerikanischen Formate zu erreichen. Amerika verfügt über eine mehr als 50-jährige Erfahrung in der Entwicklung und Produktion klassischer Sitcoms, während in Deutschland kaum klassische Sitcoms produziert wurden. Dadurch hat Deutschland deutlich weniger Erfahrung in diesem Bereich. Hier gibt es Parallelen zu den 90er Jahren, da sich bereits damals die deutschen Formate nicht gegen die amerikanischen durchsetzen konnten<sup>66</sup>.

### 6.1.4 Die wichtigsten Ansätze

Die deutschen Eigenproduktionen haben einen entscheidenden Vorteil gegenüber den Importen aus Amerika, denn man kann sie speziell auf Deutschland ausrichten. Daher sollte man auf jeden Fall Aspekte und Themen, die insbesondere in Deutschland von Interesse sind, mit in die Sitcom einfließen lassen, um sich so von den Konkurrenzformaten abzuheben. Diese Vorgehensweise hat schon bei Pastewka gut funktioniert und sollte daher auch auf eine klassische Sitcom übertragbar sein. Eine deutsche klassische Sitcom

---

<sup>66</sup> Vgl. Holzer, Daniela: Die deutsche Sitcom, 1999 Deutschland, S. 102.



sollte also vor allem eine gute Basis und Struktur haben und nicht nur auf einen, sondern auf mehrere Protagonisten setzen. Hält man sich also – ungefähr so wie bei „Seinfeld“ - an die typische Struktur einer Sitcom und baut zusätzlich inhaltliche Aspekte ein, die für die Deutschen interessant sind, kann meiner Meinung nach auch eine deutsche Sitcom auf dem von amerikanischen Importen überhäuften TV Markt bestehen.

Im Winter wird sich zeigen, ob sich meine Vermutungen bestätigen, denn dann soll die Sitcom von Michael „Bully“ Herbig starten. Er hat schon bewiesen, dass seine Filme mit amerikanischen Kinofilmen konkurrieren können. Daher kann seine neue Sitcom mit Spannung erwartet werden. Vielleicht kann diese Serie wieder – genau wie in den 90er Jahren – eine neue deutsche Sitcomwelle auslösen.

## 7. Schluss

Während Sitcoms in Amerika schon seit über 40 Jahre beliebt und aus der Fernsehkultur nicht mehr wegzudenken sind, sind sie bei uns noch etwas Neues.

In den 90er Jahren hatte die deutsche Sitcom ihre Blütezeit und konnte mit eigenen Ideen das Publikum überzeugen. Heute, im Sommer 2013, laufen nur noch amerikanische Sitcoms zur besten Sendezeit und das nur auf ProSieben. Der Sender hat damit überaus großen Erfolg. Die deutschen Klassiker wie „Alles Atze“ oder „Ritas Welt“ sind nur noch Sendeplatzfüller. Vielleicht sind sie aber auch der heutigen Sitcomgeneration einfach nicht mehr gewachsen.

Beim Vergleich der beiden Sitcoms „Friends“ und „How I met your mother“ konnte man sehr gut erkennen, wie sich vor allem Inhalt und Erzähltempo erhöht haben. Dass neben dem umständlichen Produzieren mit einem Redakteur die Arbeit an einer deutschen Sitcom nicht einfacher wird, ist eindeutig, es sind aber auch die Geschichte und der Erfolg der amerikanischen Sitcom, die es einer deutschen Produktion so unglaublich schwer machen, das Vertrauen eines Senders zu gewinnen.

Der Erfolg mit amerikanischen Sitcoms gibt ProSieben schließlich recht. Und welcher Sender ist heutzutage bereit, eine gute Einschaltquote zu riskieren, nur um eine deutsche Produktion zu zeigen, die vermutlich sowieso niemand sehen will. Sender sind immer noch marktorientiert und senden nur das, was Quote macht. Verwunderlich ist daher nur, dass andere große Sender wie RTL oder die öffentlich rechtlichen Programme nicht versuchen, durch Lizenzeinkäufe von Sitcoms an den Erfolg von ProSieben anzuknüpfen.

RTL startet wieder mit neuen Comedysendungen in das nächste Jahr, dabei sind - wie schon erwähnt - auch Sitcoms, aber nur Adaptionen. Wie eng diese sich an das Original anlehnen, muss abgewartet werden.

ProSieben hingegen folgt dem Trend und geht noch einen Schritt weiter. Obwohl sie ihrem Sendeprogramm treu bleiben und weitere neue Sitcoms aus Amerika eingekauft haben, produzieren sie eine Sitcom unter amerikanischem Vorbild. Dies wäre dann seit „Ein Herz und eine Seele“ die erste Sitcom mit allen klassischen Elementen, die in Deutschland produziert wird. Es war damals unvorstellbar, dass es wirklich 40 Jahre dauern würde, bis sich ein Sender wieder an eine klassische Sitcom „herantraut“. Natürlich erfordert es Mut, so ein Risiko einzugehen, doch die Zeit ist reif für eine deutsche klassische Sitcom. Mittlerweile hat sich das deutsche Publikum an das Genre gewöhnt und die Serie könnte

meiner Meinung nach auch Erfolg haben, wenn die im vorherigen Kapitel erwähnten Aspekte berücksichtigt werden. Falls ProSieben wirklich Erfolg hat, könnte sich das Genre, genau wie in Amerika, auch auf dem deutschen TV-Markt festsetzen. Dies hätte zur Folge, dass wieder mehr deutsche Sitcoms produziert und ausgestrahlt würden. Das würde ein Comeback der 90er Jahre bedeuten, nur diesmal nicht in Form von modernen, sondern von klassischen Sitcoms.

Sollte dies der Fall sein, wäre es durchaus vorstellbar, dass eine deutsche Produktion vielleicht einmal im Ausland adaptiert oder sogar dorthin verkauft wird. Bis es aber soweit ist, muss noch viel passieren. Eins ist auf jeden Fall sicher: Sitcoms wird es immer geben und vor allem auch in Deutschland, denn mittlerweile sind sie wieder angekommen.

## 8. Abkürzungsverzeichnis

*himym*.....how i met your mother

*tBBT*.....the Big Bang Theory

*TaHM*.....Two and a Half Men

*TGG*.....The Goodwin Games

*Malcom*.....Malcom mittendrin

*AM*.....Anger Managment

*Wnpwpg*.....Was nicht passt wird passend gemacht

## 9. Quellenverzeichnis

### Literatur

- Holzer, Daniela: Die deutsche Sitcom; Hrsg. Bastein-Verlag, 1999 Deutschland.
- Mills, Brett: The Sitcom; Hrsg, Edinburgh University Press Ltd, 2009 England.
- Douglas, Pamela: TV-Serien Schreiben fürs Fernsehen; Hrsg. Zweitausendeins, 2008 Deutschland.
- Bronner, Vivien: Schreiben fürs Fernsehen; Hrsg. Autorenhaus Verlag, 2004 Deutschland.

### Audiovisuell

- Friends, Episode 1, Liebe? Nein, doch nicht!, Regisseur James Burrows, Drehbuch Marta Kauffman und David Crane, 22. September 1994.
- Friends, Episode 2, Familienfreunde, Regisseur Jeff Burrows, Drehbuch Marta Kauffman und David Crane, 29. September 1994.
- Friends, Episode 5, Im Schonwaschgang, Regisseur Pamela Fryman, Drehbuch Jeff Greenstein und Jeff Straus, 20. Oktober 1994.
- Friends, Episode 13, Der Superbusen-Express, Regisseur Alan Myerson, Drehbuch Alexa Junge, 19. Januar 1995.
- Friends, Episode 14, Feuer und Flamme, Regisseur James Burrows, Drehbuch Bill Lawrence, 9. Februar 1995.
- how i met your mother, Episode 1, Verliebt, verlobt, versagt, Regisseur Pamela Fryman, Drehbuch Carter Bays und Craig Thomas, 19. September 2005.
- how i met your mother, Episode 2, Die lila Giraffe, Regisseur Pamela Fryman, Drehbuch Carter bays und Craig Thomas, 26. September 2005.
- how i met your mother, Episode 8, Das Duell, Regisseur Pamela Fryman, Drehbuch Gloria Calderon Kellett, 14. November 2005.
- how i met your mother, Episode 10, Der Ananas Vorfall, Regisseur Pamela Fryman, Drehbuch Carter Bays und Craig Thomas, 28. November 2005.
- Seinfeld, Episode 2, The Stake Out, Regisseur Tom Cheronos, Drehbuch Larry David und Jerry Seinfeld, 31. Mai 1990.
- Seinfeld, Episode 70, The Lip Reader, Regisseur Tom Cheronos, Drehbuch Carol Leifert, 28. Oktober 1993.
- Curb Your Enthusiasm, Episode 79, Mr. Softtee, Regisseur Larry Charles, Story by Larry David, Alec Berg & Jeff Schaffer, 4. September 2011.
- Pastewka, Episode 1, Der Unfall, Regisseur Joseph Orr, Drehbuch Chris Geletneky, Sasha Albrecht & Bastian Pastewka, 9. September 2005.
- Pastewka, Episode 9, Der Gutschein, Regisseur Joseph Orr, Drehbuch Chris Geletneky, Sasha Albrecht & Bastian Pastewka, Moritz Netenjakob, 8. September 2006.

## Internetquellen

- Autor Unbekannt, Verfügbar unter: <http://www.filmstarts.de/nachrichten/18454988.html> (07.07.2013).
- Zdf, Verfügbar unter: <http://lerchenberg.zdf.de/> (07.07.2013).
- Schering, Sidney (2013), Verfügbar unter: <http://www.quotenmeter.de/n/64548/primetime-check-montag-24-juni-2013> (24.06.2013).
- Sallhoff, Daniel (2013), Verfügbar unter: <http://www.quotenmeter.de/n/64579/primetime-check-dienstag-25-juni-2013> (25.06.2013).
- Riedner, Fabian (2013), Verfügbar unter: <http://www.quotenmeter.de/n/64601/primetime-check-mittwoch-26-juni-2013> (26.06.2013).
- BBC (2013), Verfügbar unter: <http://www.bbc.co.uk/tv/guide> (24.06.2013).
- ABC (2013), Verfügbar unter: <http://abc.go.com/schedule> ,24.06.2013).
- NBC (2013), Verfügbar unter: <http://www.nbc.com/schedule> (24.06.2013).
- CBS (2013), Verfügbar unter: <http://www.cbs.com/schedule> (24.06.2013).
- hgm (2010), Verfügbar unter: <http://www.viply.de/?p=37158> (10.07.2013).
- Junklewitz, Christian (2009), Verfügbar unter: <http://www.serienjunkies.de/news/tatort-eifel-23279.html> (10.07.2013).
- Kaplan, James, Verfügbar unter: [http://www.newyorker.com/archive/2004/01/19/040119fa\\_fact?currentPage=4](http://www.newyorker.com/archive/2004/01/19/040119fa_fact?currentPage=4) (11.07.2013).
- Amazon (2013), Verfügbar unter: [http://www.amazon.de/How-Met-Your-Mother-Season/dp/B001ECQRM8/ref=sr\\_1\\_1?ie=UTF8&qid=1374079283&sr=8-1&keywords=How+i+met+your+mother](http://www.amazon.de/How-Met-Your-Mother-Season/dp/B001ECQRM8/ref=sr_1_1?ie=UTF8&qid=1374079283&sr=8-1&keywords=How+i+met+your+mother) (13.07.2013).
- Niggemeier, Stefan (2005), Verfügbar unter: <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/bastian-pastewka-die-rolle-seines-lebens-1258834.html> (13.07.2013).
- Niemeier, Timo (2010), Verfügbar unter: <http://www.quotenmeter.de/n/40349/quotencheck-pastewka> (13.07.2013).
- Krei, Alexander (2013), Verfügbar unter: [http://www.dwdl.de/nachrichten/41320/macht\\_rtl\\_den\\_donnerstag\\_zum\\_comedyabend/](http://www.dwdl.de/nachrichten/41320/macht_rtl_den_donnerstag_zum_comedyabend/) (14.07.2013).
- Spiegel, vks (2013), Verfügbar unter: <http://www.spiegel.de/kultur/tv/michael-bully-herbig-bekommt-eigene-sitcom-bei-ProSieben-a-907976.html> (15.07.2013).
- Serienjunkies.de (2013), Verfügbar unter: <http://www.serienjunkies.de/thema/upfronts/> (15.07.2013).
- Chader, Peer (2013), Verfügbar unter : <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/medien/pro-sieben-chef-wolfgang-link-im-gespraech-nicht-nur-die-amerikaner-koennen-sitcoms-12243828.html> (14.07.2013).